Gorki Dimitrov Aguirre Torres y Andrea Logroño Cazco

VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria, con dinamización turística para la provincia de Chimborazo

TOMO 2

Año 2025

Gorki Dimitrov Aguirre Torres y Andrea Logroño Cazco

VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria, con dinamización turística para la provincia de Chimborazo

TOMO 2

Año 2025

Visión sostenible comunitaria propositiva del turismo de Chimborazo - Propuesta sostenible comunitaria, con dinamización turística para la Provincia de Chimborazo

Diagramación: Camila Alves de Cremo
Correción: Maiara Ferreira
Indexación: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisión: Os autores
Autores: Gorki Dimitrov Aguirre Torres
Andrea Logroño Cazco

Datos de catalogación en publicación internacional (CIP)

T693 Torres, Gorki Dimitrov Aguirre
Visión sostenible comunitaria propositiva del turismo de Chimborazo - Propuesta sostenible comunitaria, con dinamización turística para la Provincia de Chimborazo / Gorki Dimitrov Aguirre Torres, Andrea Logroño Cazco. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2025.

Formato: PDF
Requisitos del sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acceso: World Wide Web
Incluye bibliografía
ISBN 978-65-258-3272-2
DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.722252102

1. Turismo - Chimborazo. I. Torres, Gorki Dimitrov Aguirre. II. Cazco, Andrea Logroño. III. Título.
CDD 338.4791

Preparado por Bibliotecario Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARACIÓN DEL AUTOR

Para efectos de esta declaración, el término 'autor' se utilizará de forma neutral, sin distinción de género o número, salvo que se indique lo contrario. De esta misma forma, el término 'obra' se refiere a cualquier versión o formato de creación literaria, incluidos, pero no limitando a artículos, e-books, contenidos en línea, de acceso abierto, impresos y/o comercializados, independientemente del número de títulos o volúmenes. El autor de esta obra: 1. Atestigua que no tiene ningún interés comercial que constituya un conflicto de intereses en relación con la obra publicada; 2. Declara que participó activamente en la elaboración de la obra, preferentemente en: : a) Concepción del estudio, y/o adquisición de datos, y/o análisis e interpretación de datos; b) Preparación del artículo o revisión con el fin de que el material sea intelectualmente relevante; c) Aprobación final de la obra para su presentación; 3. Certifica que la obra publicada está completamente libre de datos y/o resultados fraudulentos; 4. Confirma la citación y referencia correcta de todos los datos e interpretaciones de datos de otras investigaciones; 5. Reconoce haber informado todas las fuentes de financiamiento recibidas para realizar la investigación; 6. Autoriza la edición de la obra, que incluye registros de la ficha catalográfica, ISBN, DOI y otros indexadores, diseño visual y creación de portada, maquetación del núcleo, así como su lanzamiento y difusión según los criterios de Atena Editora.

DECLARACIÓN DE LA EDITORIAL

PRÓLOGO

El turismo comunitario juega un papel importante en cuanto a fomentar el desarrollo productivo en diferentes sectores, especialmente en el sector rural, esto debido a su naturaleza inherente de establecer la acción antropológica de lo comunitario en dicho sector. Este es particularmente el caso del Ecuador, que aún mantiene ese espectro sociológico comunitario, en donde se practica: la minga, el prestamanos, las fiestas populares programadas y estructuradas bajo la dirigencia de los priostes, los líderes barriales, y por supuesto se integra el valor de lo organizativo comunitario, en donde han venido evolucionando las organizaciones sociales llamadas comunas, y las comunidades, organizaciones que se han venido empoderando tanto en lo social como en lo económico, e integrando el turismo al desarrollo productivo, en este caso practicando el turismo comunitario organizado.

En esta línea, surge el presente libro de carácter científico, creado por Gorki Aguirre, que se basa en los datos de dos tesis de grado de maestría de los estudiantes, hoy magísteres Andrea Logroño Cazco y Estuardo Fuenmayor Trujillo, mismas que fueron dirigidas por el mencionado autor. Este libro tiene dos propósitos, por un lado busca establecer estrategias de mejora en los servicios gastronómicos para optimizar la atención a los clientes en los establecimientos de alimentación, y por otra parte propone estrategias de dinamización, estos propósitos apuntan hacia la dirección acción del turismo comunitario de la provincia del Chimborazo, las dos acciones técnicas turísticas se centran o se dirigen a trabajarlas a través de un proceso científico entrelazado dirigido al trabajo de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH).

En cuanto a lo metodológico este proceso investigativo lleva un diseño no experimental con alcance exploratorio, enfoque cuali-cuantitativo, nivel de campo, con la aplicación de métodos inductivo, deductivo e hipotético – deductivo. Por lo cual se aplica la técnica de revisión documental y una guía de entrevista a una muestra dirigida a empleados de la CORDTUCH. Se observa la elaboración de un diagnóstico situacional sectorial turístico dirigido al análisis y propuestas de iniciativas de turismo comunitario, acompañado por un estudio de mercado, sirviendo para establecer directamente las estrategias de dinamización con utilización de programas y proyectos, dirigidos al fortalecimiento del desarrollo del turismo comunitario del área de influencia.

Los resultados de las investigaciones realizadas que se presentan en este libro contribuyen decididamente al desarrollo productivo sostenible de la provincia de Chimborazo y del país, pues generan propuestas para un manejo más técnico del turismo comunitario, susceptible de ser aplicado en la provincia de Chimborazo, y con potencial de ser replicado en otras provincias y sectores comunitarios del país.

Dr. Otto Suárez Rodríguez Ph.D.
Vicerrector Académico
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil-UTEG

ÍNDICE

TOMO 2

PROPUESTA SOSTENIBLE COMUNITARIA CON DINAMIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO

1. PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN

1.1. Problemática existente

La realidad de la provincia del Chimborazo, en relación al turismo que ejecuta la Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo CORDTUCH a través de las iniciativas de turismo comunitario a su cargo, que suman un total de once iniciativas como son: Casa Cóndor, UCASAJ, Quilla Pacari, Sumak Kawsay, Razu Ñan, Calshi, Artesa Chuquipogio, CEDIBAL, CEDEIN, Guargualláá y Nizag, dentro de las mismas se presentan más factores problémicos de actualidad de los ya anotados en el capítulo anterior, los que anotamos a continuación:

1) Falta de fortalecimiento en los emprendimientos, productos y servicios turísticos en las iniciativas de turismo lo cual dificulta el desarrollo de la actividad turística,

2) Poca afluencia de visitantes causada por la pandemia COVID-19, inexistencia de capacitaciones en temas turísticos dirigidos al personal que prestan los servicios turísticos (alojamiento, alimentación y operación),

3) Poco aprovechamiento de las ventajas del uso de las nuevas tecnologías de comunicación para ofertar turísticamente a las iniciativas.

El turismo comunitario es una alternativa endógena a las estrategias de turismo tercerizado en regiones poco desarrolladas (Su et al., 2022: p.8), posibilitando la creación de destinos específicos que permitan a las comunidades locales generar riqueza con una nueva actividad complementaria, nunca sustitutiva, de la tradicional dominante (Gkoumas, 2019: p.12).

El turismo, a pesar de ser una fuente de grandes beneficios económicos, cuando su crecimiento no ha sido planificado también ha contribuido significativamente a la degradación ambiental e impactos socioculturales negativos (Eslami et al., 2019: p.32). Siendo que, los efectos secundarios indeseables, llevan a que diferentes grupos de personas en una creciente preocupación por la conservación y preservación de los recursos naturales, el bienestar humano y la viabilidad económica a largo plazo buscan nuevas formas de planificación, gestión y desarrollo turístico (Lee & Jan, 2019: p.2).

La investigación lleva a fortalecer y promover criterios con relación al turismo sostenible, que protege directamente a través de uno de sus pilares fundamentales al ambiente, asociado a la sociedad y la economía.

Formulación del Problema

Se procedió a formular el problema con la visión propositiva de solución a dichos efectos negativos, asiendo la pregunta de rigor:

¿La Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH) podrá ser dinamizada a través de estrategias sostenibles para el turismo comunitario?

Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la situación turística actual (oferta - demanda) de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH?
- ¿Cuáles son las estrategias para dinamizar la actividad turística en la provincia de Chimborazo, con énfasis en las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH?

1.2. Objetivo de la Investigación

Objetivo General

Proponer mejoras para el turismo comunitario de la provincia del Chimborazo a través de estrategias de dinamización sostenibles, aplicadas al turismo comunitario que ejecuta la CORDTUCH.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional del sector turístico de la provincia de Chimborazo aplicadas al turismo comunitarios que ejecuta la CORDTUCH.
- Realizar un estudio de mercado, como base para establecer líneas de acción y promoción de iniciativas al turismo comunitario que ejecuta la CORDTUCH.
- Proponer estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, aplicadas a las líneas de acción del turismo comunitario que ejecuta la CORDTUCH.

1.3. Justificación de la Investigación

La presente investigación se justifica de manera científica, vista desde la parte académica y considerando que el turismo comunitario contribuye a la generación de cambios económicos, socioculturales y ambientales en la vida de la comunidad anfitriona. Al establecer mejoras a través de estrategias para la dinamización del turismo comunitario, estas deben aprovechar las ventajas comparativas y elementos del territorio para satisfacer las necesidades de los turistas y mejorar la calidad de vida de la población local, estableciéndose un verdadero turismo sostenible.

Siendo que, está establecido que la dinamización de la actividad turística se enfoca en fortalecer al turismo comunitario por medio de estrategias que fomenten la planificación, competitividad turística y la gestión del territorio especialmente en los destinos turísticos que encierran un enfoque más participativo con respecto a la actividad turística y tiene la capacidad de convertirse en un producto turístico viable, como son las características del turismo comunitario, su naturaleza es la participación comunitaria en las actividad productiva turística.

La investigación se fundamenta en conceptos y propuestas teóricas de diferentes autores, relacionadas a la problemática que actualmente atraviesa la CORDTUCH en la dinamización turística comunitaria de los territorios involucrados, por ello se destaca la importancia de diseñar estrategias en la dinamización turística como instrumento de intervención que exige la coordinación entre diferentes administraciones públicas, privadas, comunitarias y la academia.

Resulta ser una contribución actualizada, e innovadora, que asiste al desarrollo turístico sostenible y responsable que permite favorecer a la población a alcanzar el desarrollo por medio de programas y proyectos que fortalecerán a las iniciativas de turismo comunitario en el desarrollo de la actividad turística, esto mediante el establecimiento de las estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH

De igual manera, se logra la articulación e involucramiento de la gobernanza, de la parte pública, privada, comunitaria y la academia con miras de un trabajo coordinado, técnico y organizado aprovechando las oportunidades y abriendo nuevas perspectivas del turismo. Por ello, esta propuesta de estrategias tiene una visión de creación de nuevas oportunidades que potencian las capacidades de los pobladores, las comunidades y se fomenta el desarrollo socioeconómico, político y cultural de los territorios.

Es pertinente la presente investigación, puesto que la creación y propuesta de las estrategias pueden aportar a la innovación, mejorar los mecanismos de cooperación interterritorial, y fortalecer la gestión entre distintos organismos y la comunidad.

2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.Turismo

El turismo es el factor clave para impulsar la economía de muchas naciones. Este sector industrial conecta varios tipos de actividades económicas (Andrade, 2019: p.6). De acuerdo con Santamaría & López (2019), menciona que "el turismo se constituye como la actividad o conjunto de actividades que realiza el ser humano, que consiste en viajar por placer, fuera de su entorno habitual" (p.22). "*En otras palabras, es la acción que incluye viajar, hospedarse o alojarse, por un tiempo determinado, en un lugar específico, que no corresponde al habitual".*

De otro modo, la Organización Mundial de Turismo (2007) define al turismo como "la actividad que consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año" (p.17).

"Al ser el turismo uno de los negocios más dinámicos y con mayor perspectiva del mundo". Es de gran importancia planificar y desarrollar el turismo de manera decidida y sostenible a través de la búsqueda de compromisos entre los objetivos ambientales, económicos y sociales de la sociedad (Pérez, 2022: p.37).

2.2. Turismo Sostenible

Los defensores del turismo responsable y sostenible han desafiado a los defensores del impulso durante décadas, argumentando que el turismo debe gestionarse para la sostenibilidad, incluida la limitación de su crecimiento (Rodríguez & Martínez, 2022: p.22). Por ello, Alfaro & Marrugo (2018) indica que "la gestión del desarrollo del turismo sostenible debe mantener un alto grado de satisfacción de las necesidades de los turistas, asegurar una experiencia significativa para los consumidores, aumentar su conciencia en temas de sostenibilidad y propagar prácticas de turismo sostenible entre ellos" (p. 14).

Aguirre-Gorki (2023), indica, sobre la conceptualización del turismo sostenible:

Con la autoridad que le corresponde, la OMT desarrolló su propio concepto de Turismo Sostenible el cual está publicado en su página web, siendo el siguiente: "El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas." (Aguirre-Gorki, 2023)

Ilustración 1. Conceptualización del Turismo. – Fuente: **(Aguirre-Gorki, 2023)**

Con el fin de disminuir los efectos negativos del turismo, la OMT anunció el año 2018, “el año del turismo sostenible e invitó a toda la población mundial a viajar, siguiendo los principios del turismo sostenible y recurriendo a las comunidades locales” (OMT, 2018: p.102). De esta manera, el desarrollo sostenible del turismo es un proceso dinámico que experimenta constantemente nuevos desafíos a medida que cambian las tecnologías aplicadas y los aspectos de consumo del turismo (Benavides, 2020): p.36).

2.3. Turismo Comunitario

Este tipo de turismo trabaja, posibilitando la creación de destinos específicos que permitan a las comunidades locales generar riqueza con una nueva actividad complementaria, nunca sustitutiva, de la tradicional dominante “El turismo comunitario es una alternativa endógena a las estrategias de turismo tercerizado en regiones poco desarrolladas” (Cabanilla, 2018: p.11). Además, es una forma de turismo sostenible basado en la comunidad que pretende satisfacer las necesidades tanto de los residentes como de los turistas actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras (Bravo & Zambrano, 2018: p.27).

El autor Aguirre-Gorki (2023), en su tesis doctoral, hace alusión al turismo sostenible comunitario, indicando:

A la incursión que se le ha dado a la gestión sostenible de este turismo comunitario es basada en su propia visión de ser una política del país para potencializar la actividad turística del Ecuador, no viendo solo como una rentabilidad sino en desarrollar el entorno social local para el avance de las relaciones interculturales existentes en los recursos que tiene el país. (Aguirre-Gorki, 2023)

Por lo tanto, el turismo comunitario es de carácter sostenible mismo que debe apuntar a mejorar el nivel de vida de los residentes al tiempo que optimiza los beneficios económicos

locales, minimiza los efectos adversos del turismo, protege el entorno natural y construido y brinda una experiencia de calidad a los visitantes (Cruz & Velázquez, 2020: p.134). En las últimas décadas en los países en vías de desarrollo, el sector turístico ha estado inmerso en un intenso proceso de fortalecimiento de la participación de las comunidades locales a través de las denominadas iniciativas de turismo comunitario (Ledesma et al., 2018: p.31), "cuyo principal objetivo es mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades anfitrionas, asegurando la subsistencia de la cultura tradicional" (Alcívar, 2019: p.26).

Según Mullo et al. (2019: p.15) los ejes de desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo comunitario se describen a continuación:

- **Ambiente:** capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades.
- **Cultura:** valorar**,** concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio.
- **Economía:** dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario.
- **Organización:** consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario.

2.4. Sistema Turístico

El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura (Vallejo, 2019: p.14). Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (Lapo et al., 2019: p.19).

Según Pineda, El sistema turístico está constituido "por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones" (Pineda et al., 2019: p.6).

De esta manera los elementos del sistema turístico se establecen como:

Atracciones y actividades: son elementos materiales y/o inmateriales de tipo natural o cultural, que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio (Camilleri, 2018: p.12).

Infraestructura turística: Son las construcciones subterráneas y de superficie, como red de abastecimiento de agua corriente, sistemas de drenaje, sistemas eléctricos, alcantarillado, tuberías de gas doméstico, autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, y estacionamientos, parques, iluminación nocturna, instalaciones de marinas y muelles, estaciones de autobuses y de ferrocarriles, e instalaciones similares de servicio turístico, otros (Mandić et al., 2018: p.17).

Planta turística: comprende el conjunto de bienes o servicios tangibles que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo, aquellos servicios que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino como el alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc. (Chkalova et al., 2019: p.27).

***Superestructura turística*:** comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Yu & Xu, 2019: p.13).

3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

En la investigación científica El diagnóstico situacional resulta ser un proceso de producción de conocimientos generales y específicos, que abarca un análisis suscito, sobre realidades en que se encuentra el objeto de estudio, “este proceso es participativo y colectivo produciendo un ámbito de interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social para la toma de decisiones” (Campoverde et al., 2019: p.7).

De manera específica, (Enríquez et al, 2020) menciona, refiriéndose al diagnóstico, que es:

> la recopilación de la información de base que sirve como una suerte de fotografía de la realidad local, desde la cual se parte para tener una primera visión de los aspectos que permiten caracterizar a la población y la problemática social en el espacio territorial correspondiente” (p.46).

3.1. Análisis Situacional - Matriz de Análisis FODA

Según Barragán & González (2020) indican que “el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad” (p. 57). También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso, donde los elementos son:

- **Fortalezas (F):** son los aspectos que han salido bien, los logros, las cosas que uno se enorgullece de contar a los demás. Son los mejores aspectos de una situación.
- **Oportunidades (O):** son las posibilidades futuras de cambio positivo, los potenciales que surgen del análisis de las fortalezas y debilidades.
- **Debilidades (D):** son aquellos aspectos que no han salido bien, dificultades u obstáculos que se han presentado en el camino.
- **Amenazas (A):** son las cosas que nos impiden lograr las oportunidades. Son limitaciones insuperables, aspectos que ponen en riesgo nuestro trabajo.

3.2. Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un modelo sistemático en el que figuran un conjunto de actividades encaminadas a obtener determinados resultados, insertando estrategias que permita elevar el nivel de vida de una o varias comunidades, para ello es de mayor importancia trazar objetivos claros analizando distintas dificultades que se centran en la elaboración del plan para dar continuidad a la propuesta en un tiempo determinado (Guerrero et al., 2020: p.58).

También George et al (2019) indican que:

> es un término de carácter más global, referencia a decisiones generales que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades que se derivan de esas formulaciones, la asignación de recursos acorde a esas prioridades, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos. (p.36).

De esta manera, "la planificación estratégica consiste en formular programas y proyectos a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización". Asimismo, se caracteriza por ser un instrumento indispensable de teorización y organización, en la cual se deben contemplar todos los detalles para la ejecución de acciones concretas (Bryson et al., 2018: p.34).

En este contexto, las etapas de la planificación estratégica son las siguientes:

- Crear la estrategia: en esta primera etapa se crea toda la estrategia gracias a la definición de la información y al despliegue de las herramientas estratégicas.
- Planear la estrategia: en esta segunda etapa se debe organizar los objetivos estratégicos, indicadores, metas, iniciativas y presupuestos que le permitirán poner en marcha todo el plan estratégico.
- Alinear la organización con la estrategia: durante esta etapa debe existir una concentración en relacionar la estrategia total de la organización con las estrategias de todas sus unidades funcionales. (Sedarati et al.2019. pp 32-38)

Programas

"Está conformado por dos o más proyectos. Su función está en solucionar integralmente el problema (o al menos, en la mayor globalidad posible)". Los problemas muy complejos pueden necesitar dos o más programas (y cada uno de ellos con sus respectivos proyectos) (Kapera, 2018: p.42).

Un programa, en sentido amplio, trata de concretar las líneas generales contenidas en un plan. Un plan, por tanto, está constituido por un conjunto de programas. Y un programa es un conjunto organizado y coherente de servicios que se descompone en varios proyectos de similar naturaleza (Stylidis, 2018: p.21).

De donde se puede concluir que el programa es el elemento fundamental para operar, gestionar, administrar y promover un plan. Asimismo, de un programa se derivan una serie de proyectos y que estos a su vez tienen su propia conceptualización y es importante conocerla (Modica et al., 2018: p.6).

Proyectos

Según Vetrova et al. (2018) define al proyecto "como una unidad de actividad de cualquier naturaleza, que requiere para su realización, del uso o consumo inmediato a corto plazo de algunos recursos escasos o al menos limitados" (p.96). Cada día más autores le adjudican al proyecto mayor importancia en el proceso de programación y planificación (Kapera, 2018: p.31).

De esta manera, el proyecto es definido hoy en día por Murcia et al. (2019) “como la unidad más pequeña de actividad que puede planificarse analizarse y ejecutarse administrativamente, en forma independiente” (p.72). “Se puede considerar como la operación de inversión bien definida para alcanzar ciertos objetivos de desarrollo”. La célula básica de cualquier plan de desarrollo está compuesta por proyectos, sin ellos no puede haber ejecución posible de plan alguno (Lozano, 2020: p.54

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Tipo, Diseño, Alcance y Enfoque de la Investigación

El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva para establecer estrategias de dinamización para el turismo comunitario en la provincia de Chimborazo en un caso de estudio de la CORDTUCH. De igual manera, considerando que la investigación de campo es un proceso que permite obtener datos de la realidad y estudiarlos tal y como se presentan, sin manipular las variables (Morales, 2012: p.2), para el presente estudio se empleó una investigación de campo a través de la aplicación de entrevistas y encuestas apoyadas con la observación directa.

El alcance de la investigación fue de tipo exploratorio debido a que este alcance es aplicado en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características (Morales, 2015: p.26). Por tanto, se empezó explorando el fenómeno para poder tener un primer acercamiento en la comprensión de sus características, como fue el caso de la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

En esta relación se analizó la situación actual de las comunidades que conforman la CORDTUCH, en relación con los ámbitos: físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo.

Esta información se levantó haciendo uso de fuentes secundarias en la revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización.

El enfoque del estudio fue de tipo cuali-cuantitativo; en el caso del enfoque cuantitativo este utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente (Urbina, 2020: p.19). Este enfoque permitió realizar un estudio de mercado en el análisis de la oferta y análisis de la demanda turística.

Por otra parte, se estableció un enfoque de tipo cualitativo para establecer las estrategias de dinamización turística mediante programas y proyectos en beneficio de las comunidades filiales a la CORDTUCH, para potenciar el desarrollo turístico de los territorios involucrados. De esta forma, Báez & De Tudela, (2006) manifiesta que “el enfoque cualitativo se centra en recolectar información donde se puedan obtener datos clave para explicar, predecir, describir la naturaleza de los vínculos entre la información” (p.74).

4.1.1. Métodos de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método inductivo, el cual contribuyó a diagnosticar la situación actual del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. La información recabada se convierte en una herramienta fundamental para establecer las estrategias de dinamización, analizando cada uno de los ámbitos (físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo) relacionados a las iniciativas de turismo comunitario de la organización.

En este contexto, (Andrade et al., 2018) señala que “este método permite utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general” (pág. 9).

Posteriormente, se empleó el método deductivo, que contribuyó al análisis de la oferta y de la demanda turística que constituye el estudio de mercado. Esto debido a que este método utiliza principios generales para llegar a una conclusión específica (Chagoya, 2008: p.26).

Finalmente se indica, que se utilizó el método hipotético deductivo el cual contribuyó a la comprobación de la hipótesis de estudio (Marone & Galetto, 2011: p.83), en este caso en el establecimiento de las estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario.

4.1.2. Unidad de Análisis, Población y Muestra

Unidad de Análisis. La unidad de análisis del estudio la establecen las iniciativas de turismo comunitario conforman dentro de las actividades y programaciones de la Corporación para el desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo CORDTUCH, ya que el estudio amplió su radio para ejercer efectividad en su área de influencia turística. Podemos identificar en la (**Tabla 1**) la unidad de análisis con sus componentes de organizaciones de turismo comunitario, que se pertenecen a la CORDTUCH.

Tabla 1 - *OTC de la CORDTUCH.*

N°	Cantón	OTC	Comunidad	Longitud	Latitud	Altitud (m.s.n.m)
1	**Riobamba**	Casa Cóndor	Pulinguí San Pablo	740495	9830470	3.852
		UCASAJ	Calera Shobol Pamba, Calerita Baja, Calerita Santa Rosa, Shobol Alto Guadalupe, Santa Isabel, Chimborazo, Calera Pomaló, Pisicaz, Guabug, La Delicia, Shobol Llin Llin	746427	9819622	3.231
		Quilla Pacari	San Francisco de Cunuguachay	750250	9826826	3.274
		Sumak Kawsay	Palacio Real	750913	9819676	3.210
2	**Guano**	Razu Ñan	Pulinguí Centro	750908	9827467	3.240
		Calshi	Calshi	750846	9828301	3.300
		Artesa Chuquipogio	Santa Lucía de Chuquipogio	749180	9832142	3.657
3	**Colta**	CEDIBAL	Balda Lupaxi	754315	9792782	3.180
		CEDEIN	Cajabamba	747458	9811395	4.024
4	**Guamote**	Guarguallá	Guargualá Chico	773456	9786610	3.394
5	**Alausí**	Nizag	Nizag	740617	9752928	2.304

Población. Se establecieron dos tipos de población, uno para la elaboración del diagnóstico situacional, y otro para el análisis de la demanda turística explicados de la siguiente manera:

En la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico, en la investigación se consideró como población de estudio a todas las organizaciones de Turismo Comunitario, de la CORDTUCH, con direccionalidad establecida a su dirigencia importante, con relación a representatividad, y conocimiento técnico turístico sobre los elementos a investigar.

Para el análisis de la demanda turística, la población estuvo conformada por los turistas nacionales y extranjeros registrados en la Dirección Zonal 3 del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) que ingresaron hacia la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2021, un total de 60759 turistas, de los cuales el 88% (53.222) son nacionales y 12% (7.537) extranjeros (**Tabla 2**).

Tabla 2 - *Población de estudio*

Descripción	Total	Fecha de recolección de información
Representantes de la organización CORDTUCH	3	15-04-2022
Turistas nacionales	53.222	14-05-2022
Turistas extranjeros	7.537	21-05-2022

Dirigida a la elaboración del Diagnóstico y Análisis de la demanda turística.

Muestra. El tamaño de la muestra de estudio en el caso de los representantes de la organización CORDTUCH para la validación de información en la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico, está conformado por el total de la población, ya que se trata de una población relativamente pequeña. Esta muestra de carácter cualitativo se estableció, con base a la importancia representativa, en liderazgo, conocimiento amplio en el histórico y motivación técnica sobre el turismo que realizan en las diferentes Organizaciones Turísticas OTC de la CORDTUCH, escogiendo a tres representantes (**Tabla 3**) de la organización CORDTUCH:

Tabla 3. Muestra cualitativa para el Diagnóstico situacional turístico CORDTUCH

MUESTRA CUALITATIVA CORDTUCH		
	Nombre y Apellido	
a)	Pedro Yupanqui	Presidente de la CORDTUCH
b)	Olmedo Cayambe	Gerente Operadora Puruhá Razurku
c)	Sandra Miranda	Soporte técnico a la CORDTUCH.

Por otro lado, para el estudio de mercado el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos para poblaciones finitas:

Fórmula:

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[(N-1)\left(\frac{E}{K}\right)^2\right] + (P * Q)}$$

Tabla 4. Representación de la formula

n	**= Tamaño de la muestra**
N	= Universo de estudio
P	= Probabilidad de ocurrencia de un evento (0.5)
Q	= Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)
E	= Margen de error (8%)
K	= Nivel de confianza (95%)
P*Q	=Probabilidad de ocurrencia, fenómeno (0.25)

Cálculo encuestas turistas nacionales: aplicación de la formula:

$$n = \frac{(53.222 * 0.25)}{\left[(53.222-1) * \left(\frac{0,08}{95}\right)^2\right] + 0.25} = 151 \; encuestas$$

Cálculo encuestas turistas extranjeros: ampliación de la formula:

$$n = \frac{(7.537 * 0.25)}{\left[(7.537-1) * \left(\frac{0,08}{95}\right)^2\right] + 0.25} = 148 \; encuestas$$

4.1.3. Fuentes, Técnicas e Instrumentos de Recolección

Fuentes.

Para el levantamiento de información se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Entre las fuentes secundarias se encuentran: revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización en el diagnóstico de la situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

Por otro lado, entre las fuentes primarias están: aplicación de entrevistas a representantes de la organización CORDTUCH para la validación de información. Mientras que para el análisis de la demanda turística en el estudio de mercado se aplicaron encuestas a turistas nacionales (151 encuestas) y extranjeros (148 encuestas).

Técnicas e Instrumentos de la Investigación.

En la elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, se empleó una revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización. En este sentido, se levantó información sobre los ámbitos:

a) Físico espacial (ubicación geográfica de las iniciativas de turismo comunitario y límites),

b) Socio cultural (demografía e instrucción formal),

c) Ecológico territorial (clima, clasificación ecológica, características del suelo),

d) Económico productivo (actividades económicas) y

e) Político administrativo.

Para la validación de información se aplicó como técnica una entrevista a representantes de la organización CORDTUCH. El instrumento utilizado para el diagnóstico fue la guía de análisis de documentos que representó una forma práctica y funcional para la selección de las ideas relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades de información e identificar los puntos de acceso de evidencias documentales.

Mientras que para la validación de información se aplicó como instrumento la guía de entrevista estructurada por 10 preguntas de tipo abiertas (Anexo A). Según, Gómez, (2014) este tipo de preguntas son aquellas que le permiten al interpelado responder aquello que desee, ya que no se le imponen opciones entre las que debe elegir su respuesta.

En el estudio de mercado se analizó la oferta y la demanda turística. Para el análisis de la oferta turística se utilizó la técnica de la revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, recabando información relacionada a: atractivos (naturales y culturales), infraestructura, planta y superestructura turística. El instrumento utilizado fue la guía de análisis de documentos.

Por otro lado, en el análisis de la demanda turística se utilizó la técnica de la encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y establecer el perfil. El instrumento aplicado fue el cuestionario diseñado con preguntas de tipo cerradas (Anexos C y D). Según, Fernández, 2007) este tipo de preguntas son aquellas en las que se les da a los encuestados una determinada cantidad de opciones entre las cuales escoger.

Finalmente, para establecer las estrategias de dinamización con la información recabada anteriormente se empleó la técnica de la observación para determinar los programas y proyectos. El instrumento empleado fue el registro descriptivo para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH.

La información recabada fue sistematizada dentro de la matriz FODA. Posteriormente, se utilizó un diagrama de Gantt que establece el cronograma de ejecución de los programas y proyectos de las estrategias de dinamización. Este cronograma está compuesto por elementos como: programas, proyectos, indicadores, planificación operativa anual por los próximos cinco años dividido en cuatrimestres y el total de inversión por cada uno de las estrategias y programas.

Tratamiento de la Información.

La información recolectada fue procesada en el programa utilitario estadístico de Microsoft Excel® 365. Se realizó un análisis estadístico descriptivo, mediante la generación de tablas y gráficos según lo requerido dentro del estudio.

5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados en función a los objetivos específicos establecidos:

i) Elaboración del diagnóstico situacional del sector turístico de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH, para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo,

ii) Realización del estudio de mercado como base para las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario y

iii) Establecimiento de las estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario.

Se instituye que cada uno de estos objetivos fueron desarrollado a plenitud, desglosados por separado, que lleva a las explicaciones correspondientes.

5.1. Diagnóstico Situacional del Sector Turístico de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH

El estudio de diagnóstico de las iniciativas de turismo comunitario permite evaluar cuál es la situación actual en referente a turismo, asimismo constituye la fuente directa de información contribuye a la tomar decisiones acerca de las futuras estrategias de planificación turística. En este contexto, este apartado se encuentra dividido por: los resultados de las entrevistas aplicadas a representantes de la organización CORDTUCH en complemento del diagnóstico situacional; y la explicación concisa de los ámbitos: físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo.

5.1.1. Información levantada de los actores principales de la CORDTUCH

Para recabar la siguiente información se utilizó como técnica la entrevista de manera virtual y como instrumento la guía de entrevista, dirigida a tres de los representantes más importantes de la organización: i) presidente de la CORDTUCH: Pedro Yupanqui, ii) Gerente Operadora Puruhá Razurku: Olmedo Cayambe y iii) Soporte técnico a la CORDTUCH: Sandra Miranda. Esta entrevista, tuvo la finalidad de establecer el escenario actual de las comunidades y tener una visión más clara de la situación con respecto a la actividad turística. Asimismo, estuvo conformada por 10 preguntas abiertas que permitieron la obtención de detalles cualitativos más profundos en las respuestas de los entrevistados, basándose en su propio conocimiento, sentimientos y comprensión.

Pregunta 1. En relación con la pregunta uno sobre cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH, las respuestas de los entrevistados son: Pedro Yupanqui como presidente de la organización, Olmedo Cayambe Gerente Operadora Puruhá Razurku y Sandra Miranda apoyo técnico a la CORDTUCH a través de proyectos de vinculación.

En este sentido, el presidente actúa como el representante legal de la organización, es decir la persona designada para actuar en nombre de esta. Por otra parte, el Gerente Operadora Puruhá Razurku organiza los servicios y visitas en las 11 organizaciones, así como el acceso oficial a las áreas protegidas de la provincia con guías turísticos locales. Finalmente, el apoyo técnico a la CORDTUCH se por medio de proyectos de vinculación a través de la academia.

Pregunta 2. En relación con la pregunta dos sobre el qué representa el turismo comunitario, existió una similitud en las respuestas al señalar que es una alternativa de desarrollo local en donde las comunidades asumen el protagonismo en la planificación turística de sus territorios. Además, tiene un gran potencial para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades, reducir la pobreza, mejorar las relaciones interculturales y proteger el medio ambiente. En definitiva, desempeña una importante función en la estrategia de desarrollo económico sostenible en las comunidades.

Pregunta 3. Con relación a la pregunta tres sobre la importancia del turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH, los entrevistados mencionan que esta actividad ha contribuido a la conservación de su territorio, en este caso sería de la preservación del patrimonio natural y cultural. También ayudado a la generación de ingresos económicos por la utilización de servicios de hospedaje, alimentación, guianza en la realización de actividades. Con ello, también las comunidades han valorado más su cultura sintiéndose orgullosos de su vestimenta, idioma, gastronomía, entre otros aspectos que pueden mostrar a los turistas cuando visitan sus emprendimientos.

Pregunta 4. En relación con la pregunta cuatro sobre los servicios más acogidos por los turistas en el último tiempo, los entrevistados indican que están: el hospedaje, la alimentación autóctona, y la guianza hacia atractivos turísticos como: páramos, nevados, volcanes y áreas protegidas. Sin duda estos servicios requeridos por los turistas son importante para satisfacer sus necesidades básicas durante su estancia en las comunidades de la CORDTUCH, por ello hay que reconocer que el brindar un servicio de calidad a los clientes se convierte en un factor elemental en el crecimiento turístico de las organizaciones.

Pregunta 5. Con relación a la pregunta cinco sobre a qué otras actividades económicas se dedican las comunidades, aparte de la actividad turística los entrevistados coinciden en sus respuestas, declarando que se dedican a la agricultura, ganadería y la realización de artesanías con materiales propios del territorio. En este contexto, en la agricultura las comunidades aprovechan los suelos para sembrar: frutos, granos, vegetales para su posterior consumo y venta a otros sectores. Mientras que la ganadería consiste en la cría de animales domésticos para el consumo humano y la obtención de carne, leche, lana, pieles, entre otros elementos.

Pregunta 6. En relación con la pregunta seis sobre la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19, los entrevistados señalan que las afectaciones son de diversas

indoles: emocional, psicológica, económica y sociales provocadas por el aislamiento de las comunidades. Por ejemplo, en la afectación emocional y psicológica probablemente estaba el miedo a la infección como el origen de elevados niveles de ansiedad y estrés. Asimismo, la afección económica tuvo mucho que ver por la falta de turistas hacia las comunidades reduciendo los ingresos económicos obtenidos a través de la actividad turística.

Pregunta 7. Con relación a la pregunta siete sobre las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH, todos los entrevistados coincidieron que un factor positivo de la organización es que se cumplieron las medidas establecidas y barreras destinadas a prevenir el riesgo biológico para precautelar la integridad tanto de las comunidades como de los turistas, evitando el riesgo para la salud. En sí la bioseguridad frente al COVID – 19 requiere tener una técnica adecuada en la higiene de manos, utilización del correcto equipo de protección personal como mascarilla y la desinfección constante del ambiente.

Pregunta 8. En relación con la pregunta ocho sobre el apoyo que ha recibido por parte del gobierno para la reactivación turística, varios de los entrevistados concuerdan que el apoyo del gobierno es la promoción de las actividades existentes por medio del gobierno provincial de Chimborazo y a través del Ministerio de turismo la creación de nuevos productos en función al potencial turístico natural y cultural. De esta manera, es muy importante la existencia de la promoción de actividades turísticas de las iniciativas de turismo comunitario, puesto que ello despierta el interés de los posibles turistas, sin embargo, para realizar una efectiva promoción se deben utilizar los medios más adecuados para transmitir la información eficaz.

Pregunta 9. Con relación a la pregunta nueve sobre la actuación de las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación, los entrevistados indican que aún persiste el temor de las comunidades por contagiarse, no obstante, las personas aplican los protocolos de bioseguridad para poder brindar a los turistas los servicios que necesitan de hospedaje, alimentación y guianza. Con ello, las iniciativas de turismo comunitario están conscientes de que los protocolos son de obligatorio cumplimiento y buscan proteger a la población, contribuyendo a la reactivación del sector turístico.

Pregunta 10. En relación con la pregunta 10 sobre las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo, los entrevistados señalan que La CORDTUCH ha hecho uso eficiente del aspecto tecnológico para la difusión de sus servicios a través del internet. En este sentido, la organización ha compartido imágenes por medio de redes sociales sobre las experiencias de las visitantes in situ. No obstante, se podrían acceder a otras tecnologías utilizadas en la industria del turismo como: Realidad Aumentada, Asistentes de voz, Big Data, Blockchain, entre otros. Además, la CORDTUCH, necesita de varias capacitaciones a nivel de comunidades. Sin duda estas capacitaciones proporcionarán las herramientas para la construcción de conocimientos, desarrollo de destrezas y habilidades, y lo más importante que las personas tengan una actitud crítica, analítica y responsable con la actividad turística.

5.2. Estudio de Mercado como Base para las Líneas de Acción y Promoción de las Iniciativas de Turismo Comunitario de la CORDTUCH

Para recabar la siguiente información se realizó una revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, para lo cual se empleó como instrumento la guía de análisis de documentos que ofreció un panorama bibliográfico sobre el diagnóstico situacional. Esta revisión secundaria permitió el levantamiento de información sobre los ámbitos que influencian la actividad turística en la CORDTUCH: ámbito físico espacial (ubicación geográfica de las iniciativas de turismo comunitario y límites), ámbito socio cultural (demografía e instrucción formal), ámbito ecológico territorial (clima, clasificación ecológica, características del suelo), ámbito económico productivo (actividades económicas) y ámbito político administrativo.

Los mercados son una parte muy importante de las sociedades y un potenciador de la economía local. De esta manera, el estudio de mercado ayuda a la tomar decisiones bien informadas, eliminar las conjeturas y canalizar recursos en ideas y proyectos que tienen el mayor potencial para establecer las líneas de acción y promoción de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH. En este sentido, el estudio de mercado se desarrolló en dos momentos:

1. el análisis de la oferta turística y
2. el análisis de la demanda turística.

5.2.1. Análisis de la Oferta Turística

La oferta turística es la combinación de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio cultural que se presentan a los turistas al momento de la realización de su viaje. En este contexto, para el análisis de la oferta de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH se levantó información con relación a los atractivos turísticos naturales y culturales, infraestructura turística, planta turística, y superestructura turística. Para lo cual se utilizó como técnica a revisión de documentos existentes y páginas oficiales de la organización, y como instrumento la guía de análisis de documentos orientado al esclarecimiento e interpretación de la totalidad del contenido temático sobre la demanda turística.

5.2.1.1. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico de una localidad y que son idóneos para atraer a los viajeros haciendo así posible la actividad turística. De esta forma, las OTC que conforman la CORDTUCH se caracterizan por tener importantes atractivos (naturales y culturales) que se presentan a continuación en función a cada uno de los cantones Riobamba, Guano, Colta y Alausí:

A. Atractivos turísticos del Cantón Riobamba

Son cuatro las OTC que se encuentran en el cantón Riobamba, mismas que presentan un total de 30 atractivos turísticos (**Tabla 33**). En cuanto a la categoría el 53% (16 atractivos) son sitios naturales y el 47% (14 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 57% (17 atractivos) son de jerarquía I, el 37% (11 atractivos) son de jerarquía II, el 3% (3 atractivos) son de jerarquía III y IV respectivamente.

Aquí se ubican las OTC casa Condor, UCASAJ, y Sumak Kawsay, pertenecientes al cantón Riobamba, destacándose el Bosque Polylepis, Templo Machay, El Árbol Solitario, Cuartel de Los Incas, Tambo Huasha, entre otros anotados (**Tabla 33**).

Tabla 5. Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Riobamba

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
	Casa Cóndor	Bosque de Polylepis	Sitio Natural	Bosque	Paramo	II
		Templo Machay	Sitio Natural	Montaña	Desfiladero	II
		Piedra Negra	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
		Árbol Solitario	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Cuartel de los Incas	Sitio Natural	Montaña	Desfiladero	I
		Pulingui San Pablo	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
Riobamba	UCASAJ	Árbol Solitario	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Tambo Huasha	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Pulinguí San Pablo	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calerita Shobol Pamba	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calera Baja	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Calerita Santa Rosa	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Shobol Alto Guadalupe	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Santa Isabel	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Calera Grande Pomaló	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Pisicaz	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Guabug	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		La Delicia	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Tutupala	Sitio Natural	Montaña	Colina	I

		Rumi Cruz	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Rayo Loma	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Parva Machay	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Bosque de Polylepis	Sitio Natural	Bosque	Páramo	II
		Shobol Urku	Sitio Natural	Montaña	Colina	II
		Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Sitio Natural	Sistema de Áreas Protegidas	Refugio de Vida Silvestre	III
		Nevado Chimborazo	Sitio Natural	Montaña	Alta Montaña	IV
	Sumak Kawsay	Mira Loma	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
		El camino de Simón Bolívar	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Museo de la Llama	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II
		Hilandería	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I

B. Atractivos turísticos del Cantón Guano

Son tres las OTC que se encuentran en el cantón Guano, mismas que presentan un total de 5 atractivos turísticos. En cuanto a la categoría el 60% (3 atractivos) son sitios naturales y el 40% (2 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 60% (3 atractivos) son de jerarquía I y el 40% (2 atractivos) son de jerarquía II. Podemos observar los atractivos pertenecientes a este cantón a continuación (**Tabla 34**)

Tabla 6. *Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Guano*

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Guano	Razu Ñan	Minas de Hielo	Sitio Natural	Montaña	Glaciales	II
	Calshi	Virgen de Yacupamba	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Colinas de Huampag	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
		Ruinas de la escuela	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
		El camino de Simón Bolívar	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II

C. Atractivos turísticos del Cantón Colta.

Son dos las OTC que se encuentran en el cantón Colta, mismas que presentan un total de 6 atractivos turísticos. En cuanto a la categoría el 83% (5 atractivos) son sitios

naturales y el 17% (1 atractivo) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 33% (2 atractivos) son de jerarquía I, el 17% (1 atractivo) es de jerarquía II y el 50% (3 atractivos) son de jerarquía III. (**Tabla 35**)

Tabla 7. *Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Colta*

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Colta	CEDIBAL	Minas de Hielo	Sitio Natural	Montaña	Glaciales	II
		Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio Sector	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	I
		Artesa	Sitio Natural	Montaña	Colina	I
	CEDEIN	Piedra Negra (Yana Rumi)	Sitio Natural	Formación Geológica	Piedra	II
		La Chorrera	Sitio Natural	Río	Caída de agua (Cascada)	II
		Aguas Subterráneas	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Vertiente	II

D. Atractivos turísticos del Cantón Alausí

Es una la OTC que se encuentran en el cantón Alausí, misma que presenta un total de 7 atractivos turísticos (Tabla 8). En cuanto a la categoría el 71% (5 atractivos) son sitios naturales y el 29% (2 atractivos) son manifestaciones culturales. Asimismo, en función a la jerarquización el 43% (3 atractivos) son de jerarquía I, el 29% (2 atractivos) son de jerarquía II y III respectivamente. (**Tabla 36**).

Tabla 8. Atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH del cantón Alausí

Cantón	OTC	Atractivos turísticos	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Alausí	Nizag	Cerro Cóndor Puñuna o	Sitio Natural	Montaña	Colina	III
		Nariz del Diablo	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II
		Panzarumi	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Río	I
		Río Zula	Sitio Natural	Montaña	Mirador	III
		Chiripungo	Sitio Natural	Bosque	Caída de agua	I
		Cruzpamba	Manifestaciones Culturales	Zonas Históricas	Conjuntos Parciales	I
		Camino del Inca	Manifestaciones Culturales	Étnico	Pueblo Kichwa	II

Un total de 48 atractivos turísticos presentan las OTC de la CORDTUCH. Estos atractivos en su mayoría se encuentran en la comunidad de UCASAJ (20 – 41,7%), seguido por la comunidad de Nizag (7 – 14,6%), Casa Cóndor (6 – 12,5%), Sumak Kawsay y Calshi (4 – 8,3%), CEDIBAL y CEDEIN (3 – 6,3%) y Razu Ñan (1 – 2,1%). Existen comunidades como Quilla Pacari (Riobamba), Artesa Chuquipogio (Guano) y Guargualla (Guamote) donde no se ha realizado un inventario turístico por lo que no se registran atractivos turísticos.

5.2.1.2. Infraestructura Turística

A. Servicio básico de abastecimiento de agua.

Las OTC que conforman la CORDTUCH en cuanto al servicio básico de agua, poseen:

La comunidad Casa Cóndor dispone de agua entubada en cada una de las casas, la misma que lo obtienen de las vertientes del sector. La comunidad de UCASAG dispone de la red pública de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios.

En la comunidad Quilla Pacari disponen de agua entubada con los tratamientos necesarios apta para el consumo humano.

En la comunidad Sumak Kawsay el agua proviene de las faldas del Chimborazo a través de tubos, la misma que recibe un tratamiento antes de ser utilizada para beber, cocinar y atender las necesidades de higiene personal.

En la comunidad Razu Ñan todas las familias disponen de agua desde hace más de 20 años.

En la comunidad de Calshi disponen de la red de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios.

En la comunidad Artesa Chuquipogio se abastecen de agua entubada con los tratamientos necesarios apta para el consumo humano de los deshielos del nevado Chimborazo por más de 10 años.

En la comunidad de CEDIBAL el agua para el consumo humano es entubada y lo disponen desde el año 1980, se lo obtiene a través del sistema de bombeo eléctrico, para ser depositados en unos tanques, cumplir con el proceso de purificación con cloro, y finalmente llegar a los hogares de todos los pobladores de la comunidad.

En la comunidad CEDEIN se abastecen de agua del río culebrillas, a la misma que se le ha sometido al análisis necesario, dado resultados favorables, siendo esta apta para el consumo humano. El agua se extrae a través de una bomba para que llegue hasta las cabañas y pueda ser consumida.

En la comunidad Guargualla disponen de la red pública de distribución de agua entubada desde el año 1998, solo ciertas familias tienen agua en sus domicilios.

Finalmente, en la comunidad de Nizag disponen de la red pública de distribución de agua entubada, la mayoría tienen agua en sus domicilios.

B. Servicio básico de abastecimiento de Energía Eléctrica

El servicio de cobertura del servicio de energía eléctrica de las OTC que conforman la CORDTUCH se distribuye así:

En las comunidades de Casa Cóndor UCASAJ, Quilla Pacari, Calshi y Artesa Chuquipogio, Guarguallá y Nizag, disponen del servicio de energía eléctrica del sistema interconectado nacional.

En la comunidad Sumak Kawsay el servicio de energía eléctrica es a través del sistema interconectado, el mismo que está conectado a la parroquia San Juan.

En la comunidad Razu Ñan dispone de energía eléctrica del sistema interconectado nacional. La comunidad tiene energía eléctrica desde el año 1980. En la comunidad CEDIBAL la población cuenta con energía eléctrica desde el año 1982, gracias a los trámites y presión constante de los líderes de la comunidad, todos los hogares cuentan con este servicio, pero lamentablemente no existe alumbrado público en las calles principales y secundarias de la comunidad.

En la comunidad CEDEIN por ejemplo en Yana Rumi se ha implementado la energía alternativa fotovoltaica, a través de los paneles solares.

C. Servicio básico de saneamiento.

El servicio de cobertura de saneamiento de las OTC se distribuye de la siguiente manera:

En la comunidad Casa Cóndor no cuentan con un carro recolector de basura, todos sus desechos inorgánicos generados por la actividad turística son recolectados en sacos y trasladados hasta la ciudad de Riobamba, mientras que los desechos orgánicos generados por las familias correspondientes a la cocina son utilizados como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos inorgánicos como papel son quemados. La comunidad no posee del servicio de alcantarillado, de ahí que hay un mínimo porcentaje de servicios higiénicos de uso privado tanto que otros de uso común y la mayoría disponen de letrinas.

En la comunidad UCASAJ la mayor parte del territorio no posee servicio de alcantarillado, de ahí que un mínimo porcentaje de servicios higiénicos de uso privado tanto que otros de uso común y la mayoría de las letrinas. La parroquia cuenta con el servicio del carro recolector de basura del Municipio de Riobamba una vez por semana, mientras que las comunidades los desechos orgánicos correspondientes a la cocina, siembra, cosecha y estiércol de animales son utilizados en su mayoría como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos inorgánicos como papel son quemados mientras que las latas y los vidrios son arrojados a los ríos y quebradas más cercanas.

En la comunidad Quilla Pacari no disponen del servicio de saneamiento, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados

a la quebrada cercana al lugar. La comunidad no posee el servicio de alcantarillado, pero sí de pozos sépticos en su mayoría.

En la comunidad Sumak Kawsay el 40% de las viviendas tiene pozo séptico en buenas condiciones es decir 37 casas, el 43% tiene red pública en buenas condiciones, es decir 40 casas, el 8.6% tiene pozo ciego en condiciones regulares y el 8.6% de las viviendas tiene letrinas. Los residuos son tratados de diferentes maneras: la mayor parte de la población el 30%, elimina los residuos enterrándolos y/o por incineración, el 21% lo utiliza como abono, y el 20 % de las viviendas lo entierran o envía en el recolector de basura que llega a la comunidad cada 15 días, los miércoles.

En la comunidad Razu Ñan no poseen alcantarillado, disponen de pozos sépticos.

La comunidad de Pulinguí no cuenta con el servicio de recolección de basura, es así como los desechos orgánicos lo arrojan en los terrenos y los desechos sólidos lo queman o los arrojan en las calles.

En la comunidad Calshi no dispone de este servicio, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados a la quebrada cercana al lugar. La comunidad no cuenta con servicio de alcantarillado.

En la comunidad Artesa Chuquipogio no posee el servicio de alcantarillado, pero sí de pozos sépticos en su mayoría. La comunidad no dispone de este servicio, pero los desechos orgánicos son utilizados para abonar sus cultivos, así también como alimento para los animales, mientras que los desechos inorgánicos son enterrados, quemados o arrojados a la quebrada cercana al lugar.

En la comunidad CEDIBAL no dispone de este servicio, es por lo que, la mayoría de las familias dispone de pozos sépticos. La comunidad no cuenta con el servicio de recolección de desechos sólidos, por lo que se puede observar una gran cantidad estos en las calles y terrenos, pero los desechos orgánicos los habitantes lo utilizan para elaborar abonos orgánicos para el cultivo de productos agrícolas sanos y nutritivos.

En la comunidad CEDEIN en Yana Rumi por estar ubicado en una zona alejada (páramo), no cuenta con el servicio de alcantarillado, por esta razón se está trabajando en la implementación de letrinas aboneras las mismas que armonizan con el ambiente que se encuentra en un estado sano y equilibrado y al mismo que hay que seguirlo protegiendo. Los desechos orgánicos generados por la actividad, así como también el excremento del proyecto de alpacas son utilizados para los huertos de plantas medicinales que cada una de las familias tienen y que proveen a la planta procesadora de tes del centro de capacitación indígena CEDEIN; mientras que los desechos sólidos son recolectados para depositarlos en los basureros de la parroquia San Juan o de la ciudad de Riobamba.

En la comunidad Guargualla no cuenta con el servicio del carro recolector de basura, los desechos orgánicos correspondientes a la cocina, estiércol de animales son utilizados en su mayoría como abono y alimento para los animales. En cuanto a los desechos

inorgánicos como papel son quemados mientras que las latas y los vidrios son arrojados a los ríos y quebradas más cercanas. La comunidad no cuenta con alcantarillado, de ahí que la mayoría de la población no tiene baterías sanitarias.

En la comunidad Nizag solamente en la parte central cuentan con el servicio de alcantarillado, mientras que los hogares que están alegados de este sector no lo tienen. Nizag no cuenta con el servicio de recolección de desechos sólidos, por lo que se puede observar una gran cantidad de estos en las calles y terrenos, pero los desechos orgánicos los utilizan para la lumbricultura.

D. Servicio de Telecomunicación

El servicio de cobertura de telecomunicaciones de las OTC que conforman la CORDTUCH está establecido de la siguiente manera:

En la comunidad Casa Cóndor, UCASAJ, Sumak Kawsay, Razu Ñan, Calshi, Artesa Chuquipogio, CEDIBAL, CEDEIN y Guargualla las instalaciones turísticas cuentan con servicio de internet que se encuentra a disposición de los visitantes.

En la comunidad Quilla Pacari las instalaciones turísticas cuentan con servicio de internet que se encuentra a disposición de los visitantes. Los habitantes de la comunidad cuentan con líneas telefónicas, lo que facilita la comunicación en el sector, además existe cobertura celular de las operadoras CNT, CLARO y Movistar.

En la comunidad Nizag los medios de comunicación que se dispone son: telefonía celular, televisión, radio, Internet y también cuenta con el servicio de teléfono convencional.

E. Servicios de Vialidad y Transporte

Las redes viales y de transporte de las OTC que conforman la CORDTUCH está estructurado de la siguiente manera:

En la comunidad Casa Cóndor disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guaranda km 37. Transporte: cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre.

En la comunicada UCASAJ disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guaranda km 18, Vía 2: primer orden Riobamba – San Juan km 18, vías a las comunidades: el ingreso a las comunidades se lo hace por vías de segundo y tercer orden. Transporte: cooperativa 2 de octubre, cooperativa Alianza San Juan, cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre.

En la comunidad Quilla Pacari disponen de redes viales: vía 1: (primer orden) Guaranda – Cuatro Esquinas, desvió a la derecha comunidad san francisco de Cunuguachay (tercer orden). Vía 2: (Primer Orden) Guaranda – desvió Palacio Real (tercer orden). Transporte: cooperativa de Transportes Unidos y camionetas comunitarias.

En la comunidad Sumak Kawsay disponen de redes viales: vía (primer orden) San Juan - Guaranda, finalmente se toma un desvío hacia Palacio Real (tercer orden), vías 2.

se toma un sendero por la comunidad Bayushi. Transporte: Cooperativa de Transportes Unidos.

En la comunidad Razu Ñan disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Entrada al empedrado. Vías de la comunidad: el ingreso a las comunidades se lo hace por vías de segundo (empedrado). Transporte: Cooperativa El Cóndor. En la comunidad Calshi disponen de redes viales: vía 1: panamericana norte – Hostería la Andaluza: Se ingresa a 500 metros antes de la hostería la Andaluza por una vía de segundo orden. vía 2: panamericana norte, continuando por la antigua carretera García Moreno, esta ruta conduce hasta la Comunidad Calshi por un camino de segundo orden hasta la altura de la comunidad Silveria. Vías a la comunidad: el ingreso a la comunidad se lo hace por una vía de segundo y tercer orden. Transporte: camionetas, cooperativa de Transportes San Andrés, cooperativa El Cóndor.

En la comunidad Artesa Chuquipogio disponen de redes viales: vía 1: (primer orden). Riobamba – Quito panamericana norte desvío entrada antigua carretera García Moreno, vía de segundo orden empedrado pasando la comunidad de Pulinguí Centro y Cuatro Esquinas siguiendo por la misma vía llegara a la Comunidad Santa Lucia de Chuquipogio por un camino de tercer orden. Vía 2: Riobamba – Quito Panamericana norte desvío por la hostería Andaluza. Transporte: Cooperativa de Transportes Cóndor.

En la comunidad CEDIBAL disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Guamote y sur del país, vía 2: tercer orden, ingreso a la comunidad que lo hacen únicamente carros particulares, no existe ninguna cooperativa que ingrese hasta la comunidad. Transporte: cooperativa Guamote, cooperativa Ñuca Llacta, cooperativa Alausí, cooperativa, Chunchi, cooperativa Patria y cooperativa Sucre.

En la comunidad CEDEIN disponen de redes viales: Vía 1: Primer orden Riobamba – Guaranda km 35. Vía 2: segundo orden Riobamba- Comunidad Yanquis. Transporte: cooperativa Atenas, cooperativa Flota Bolívar, cooperativa Patria, cooperativa 10 de noviembre. En la comunidad Guarguallá disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Licto, vía 2: segundo orden Licto- Guarguallá. Transporte: camionetas particulares, camión Recolector de Leche.

En la comunidad Nizag disponen de redes viales: vía 1: primer orden Riobamba – Alausí. vía 2: primer orden Riobamba – Cuenca- Loja. Vía a la comunidad: el ingreso a la comunidad se lo hace por vías de segundo y tercer orden. Su acceso se lo puede realizar por la panamericana sur hasta el desvío a Quilliquín, siguiendo desde allí una carretera de segundo orden, llegando a la parte alta de la comunidad, otra manera de llegar es por la panamericana siguiendo hasta la Moya hasta la entrada del puente “el Peligro” de allí se llega a un camino con dos ramales uno que se dirige a la parte alta y otro a la parte baja de la comunidad. Transporte: Furgonetas, cooperativa Alausí, interprovinciales que se dirigen a Cuenca, Loja.

F. Planta Turística

La planta turística la conforman las instalaciones físicas (alojamiento y alimentación) necesarias para el desarrollo de la actividad turística en un determinado espacio geográfico. En este contexto, el servicio de alojamiento las OTC que conforman la CORDTUCH

La comunidad Casa Cóndor posee un tipo de infraestructura turística en forma de cóndor de ahí el nombre del proyecto, esta planta dispone de un área de hospedaje distribuida en dos cuartos comunitarios: A la derecha del cóndor: cuenta con 6 camas literas y un baño, con capacidad para 12 pax. A la Izquierda: distribuida en 2 cuartos, el uno con 3 camas literas con capacidad para 6 Pax y el otro con 2 camas literas con capacidad para 4 pax, esta ala dispone de un baño, 2 duchas y una cocina. El altillo: cuenta 6 camas individuales de una plaza con capacidad para 6 Pax. Cabañas nuevas: distribuidas en cuatro habitaciones dobles con camas individuales, un área común y dos baños.

La comunidad UCASAJ cuenta con una infraestructura turística de dos plantas, ubicada en la parroquia de San Juan en los terrenos que forman parte de la sede de la organización. Esta infraestructura considerada como una Hospedería Turística está planificada de acuerdo con las siguientes áreas: Hospedaje (Segunda planta). Posee un área de alojamiento con cuatro habitaciones con una capacidad para 15 plazas (3 cuádruples y 1 triple) cada una con su baño privado, un área común y una chimenea, la misma que se encuentra en proceso de implementación de sus equipos y mobiliario para prestar este servicio, en habitaciones compartidas con baño privado y duchas de agua caliente.

La comunidad Quilla Pacari posee 2 cuartos comunitarios cada uno de ellos con 3 camas literas y el equipamiento necesario. La comunidad Sumak Kawsay cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad Razu Ñan el servicio de alojamiento lo realiza en las instalaciones pertenecientes a la asociación Santa Anita, es considerado como albergue, con una capacidad de 22 pax, distribuidos en 5 dormitorios, las acomodaciones se las puede realizar en: cuatro dormitorios que poseen tres camas individuales cada uno (8 pax) y un dormitorio con cinco camas literas (10 Pax); 2 dormitorios poseen un baño con ducha y agua caliente. Adicional se dispone de un baño y duchas en las afuera de las instalaciones. Los dormitorios en el momento del alojamiento disponen de una toalla, y un jabón, únicamente los dormitorios que tienen baño.

La comunidad Calshi cuenta con una cabaña con 2 habitaciones con capacidad para 5 personas. La comunidad Artesa Chuquipogio cuenta con un albergue que está dividido de la siguiente manera: tiene dos habitaciones, la primera que cuenta con cinco camas literas y la segunda con 4 con capacidad total para 18 plazas. Cada habitación posee de un baño privado. Cuenta con un área común y una chimenea. Con una capacidad para 18 pax. La

comunidad CEDIBAL cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad CEDEIN posee un tipo de infraestructura turística de cemento armado, esta planta dispone de un área de hospedaje distribuida en cuatro habitaciones dos dobles y dos triples y un baño, cada una de ellas con el equipamiento necesario para el confort del cliente.

La comunidad Guarguallá posee un albergue, en donde se ofrece un tipo de hospedaje compartido, con capacidad para 12 Pax, dispone de cobijas, sábanas, almohadas y colchones. La comunidad Nizag cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

G. Servicio de alimentación y bebidas

El servicio de alimentos y bebidas de las OTC que conforman la CORDTUCH está establecido de la siguiente forma:

En la comunidad Casa Cóndor cuenta con un comedor, con una capacidad para 30 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales.

La comunidad UCASAJ cuenta con un restaurante "Alli Mikuy", ubicado en la planta baja es de infraestructura moderna. Alli Mikuy alcanza la Categoría de Restaurante, dispone de 8 mesas cada una con dos bancas disponibles para 4 pax, con capacidad total para 32 personas. Actualmente se encuentra a la disposición del público con servicios diarios de almuerzos, dedicado a la preparación de comida local. Preparación de comida típica de la zona con productos naturales y platos vegetarianos de acuerdo con los requerimientos del turista.

La comunidad Quilla Pacari cuenta con un el comedor de la casa de turismo Quilla Pacari con 1 mesa para 14 pax. La comunidad Sumak Kawsay s través de un Restaurante, ofrece al público platos en base a carne de llama preparados en diferentes especialidades, caminatas y un museo donde se cuenta la historia de la llama.

La comunidad Razu Ñan cuenta con la oferta de desayunos continental y americano, almuerzo (una sopa o crema, plato fuerte, jugo y postre); meriendas (una sopa o crema, plato fuerte y jugo), refrigerios, (sanduche, bebida, fruta) etc. En la actualidad se planifica los menús, y las porciones. El servicio se efectúa en un comedor que tiene la capacidad para 24 pax (personas), con 3 mesas rectangulares de 8 pax, para el montaje de la mesa disponen de mantelería básica.

La comunidad Calshi, la alimentación está elaborada a base de productos locales tales como papas, habas. mellocos, ocas, quinua, cebada, etc. La comunidad Artesa Chuquipogio dentro de la infraestructura mixta de la casa de alojamiento se encuentra el comedor que dispone de mesas y sillas con una capacidad total para 18 Pax, con su

respectiva cocina para la preparación de alimentos caracterizado por la preparación de platos a base de productos locales. La comunidad CEDIBAL cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

La comunidad CEDEIN cuenta con un comedor, con una capacidad para 15 personas, este presta el servicio de alimentos y bebidas únicamente cuando llegan grupos de turistas hasta la comunidad, se caracteriza por ofrecer al visitante un tipo de comida tradicional preparada a base de productos locales.

La comunidad Guargualllá dispone de un espacio destinado como área de comedor, mismo que dispone del equipamiento y vajillas necesaria para brindar el servicio turístico, las personas responsables del área están debidamente capacitadas, quienes se caracterizan en la preparación de platos típicos de la zona y de comida preparada a base productos locales. La comunidad Nizag cuenta con una infraestructura turística que no ha podido entrar en funcionamiento por la inexistencia de financiamiento para su equipamiento.

H. Superestructura Turística

Considerando que la superestructura turística está compuesta por institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo, la misma tiene múltiples grados de interés dentro del desarrollo turístico dentro de las OTC que conforman la CORDTUCH y son las siguientes:

El GAD provincial de Chimborazo tiene como función el desarrollo de proyectos de manejo de recursos naturales, sectores productivos, salud, infraestructura social y turística. Siendo sus ámbitos de intervención la infraestructura social y turística proyectos productivos, recursos naturales, salud, y servicios básicos.

El GAD municipal de Riobamba tiene como funciones: planificar, programar y proyectar las obras públicas; mejorar los servicios públicos; formación de capacidades a través de capacitación a la colectividad; apoyar a la población local en diferentes proyectos de salud, educación y turismo. Siendo sus ámbitos de intervención la educación, obras públicas, salud, servicios públicos y turismo.

La Oficina Provincial del Ministerio de Turismo (MINTUR) tiene como funciones: dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población; fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad. Siendo sus ámbitos de intervención la promoción, capacitación, financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos y establecer el marco legal del turismo.

La mesa de turismo sostenible de Chimborazo tiene como función: articular e impulsar el desarrollo turístico sostenible de la provincia de Chimborazo, por medio de la concertación, coordinación, y apoyo técnico y económico de todos los actores

que tienen que ver con la actividad turística de la provincia. Siendo sus ámbitos de intervención el impulso del turismo, gobernanza, políticas públicas - marco legal del turismo, recursos naturales y culturales, comunicación y comercialización.

El CONAGOPARE Chimborazo tiene como función: articular acciones en las comunidades base que conforman las juntas parroquiales con los Municipios y el Consejo provincial de Chimborazo. Siendo sus ámbitos de intervención la infraestructura básica, vialidad, salud, educación y turismo.

La Cámara provincial de Turismo de Chimborazo (CAPTUR) tiene como función: promocionar, comercializar, capacitar y asesorar a la empresa privada de la planta turística de Chimborazo. Siendo sus ámbitos de intervención la promoción y comercialización, capacitación, asesoría técnica.

La Corporación Regional Económica Empresarial Riobamba (CRECER) tiene como función: apoyar procesos de gobernabilidad a nivel del sector productivo. Siendo sus ámbitos de intervención la gobernanza, fortalecimiento organizacional.

La Confederación de Movimiento Indígena de Chimborazo (COMICH) tiene como función: apoyar en el área organizacional. Representatividad del pueblo Puruwa en la provincia. Siendo sus ámbitos de intervención el fortalecimiento organizativo, la cultura.

La fundación CODESPA tiene como función: prestar apoyo a personas de escasos recursos en países en desarrollo, a través de proyectos de cooperación. Siendo sus ámbitos de intervención el acceso a los mercados, formación y microfinanzas, acceso al mercado, acceso a la formación y microfinanzas, acceso a la formación, codesarrollo y acceso a las microfinanzas.

Las Instituciones de Educación pública como la ESPOCH, UNACH, y Universidad Estatal de Bolívar, entre otras instituciones, tienen como función: Formar profesionales competitivos y brindar una educación de calidad para involucrarse en diferentes proyectos de desarrollo en beneficio de la colectividad. Siendo sus ámbitos de intervención la educación, la investigación científica y tecnológica.

5.2.2. Análisis de la Demanda Turística

La demanda turística es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de esparcimiento.

Para lograr establecer esta demanda turística, se empleó la recolección de datos a través de la herramienta de recolección, de la encuesta, dirigida a los turistas nacionales (151 encuestas) y extranjeros (148 encuestas) con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y establecer el perfil. Mientras que el instrumento aplicado para la recolección fue el cuestionario, mismo que estuvo diseñado con preguntas de tipo cerradas. Este

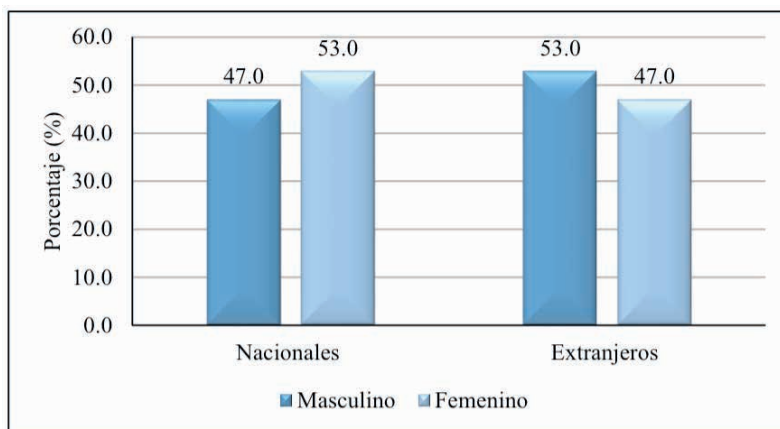
instrumento fue aplicado en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo del 14 al 21 de mayo del año 2022.

Se presenta la información obtenida con la aplicación de encuestas a turistas nacionales y extranjeros:

A. Género

La investigación presenta que los turistas nacionales son de género masculino 47,0 y femenino 53,0% en su mayoría; por otro lado, los turistas extranjeros corresponden a un 53,0% de género masculino y 47,0% femenino (**Tabla 9 y Gráfico 1**).

Tabla 9 Distribución de la demanda según el género

Género	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Masculino	62	47,0	10	53,0
Femenino	70	53,0	8	47,0
Total	**132**	**100,0**	18	100,0

B. Edad

En cuanto a la edad de los turistas nacionales, esta se encuentra en el 61,4% de 20 a 30 años, seguido de 21,2% entre 31 a 40 años, que el 6,8% son > 56 años, el 6,1% son de 41 a 50 años y tan solo el 4,5% son de 51 a 60 años. Por otra parte, los turistas extranjeros el 58,0% son de 20 a 30 años, el 16,0% son entre 31 a 40 años, por otra parte, el 10,0% son de 41 a 50 años, el 9,0% son de > 56 años y el 7,0% de 51 a 60 años (**Tabla 10 y Gráfico 2**).

Tabla 10. Distribución de la demanda según la edad

Edad	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
20 a 30 años	81	61,4	10	58,0
31 a 40 años	28	21,2	3	16,0
41 a 50 años	8	6,1	2	10,0
51 a 60 años	6	4,5	1	7,0
> 56 años	9	6,8	2	9,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

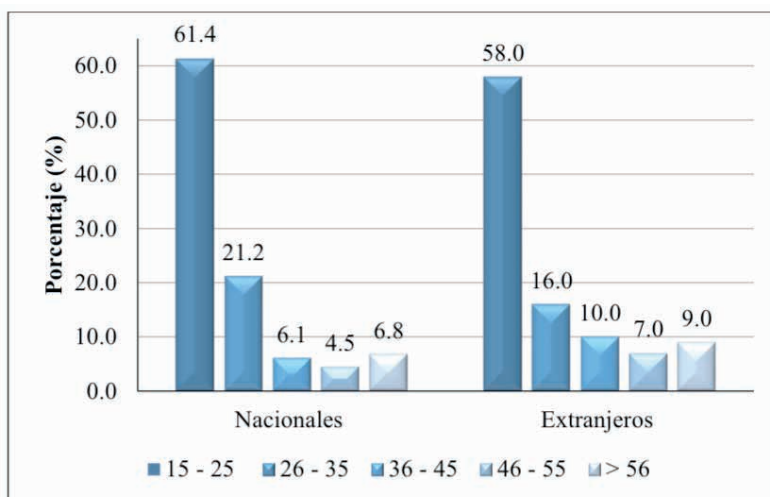



Gráfico 2. Distribución de la demanda según la edad

C. Procedencia

Los turistas nacionales proceden en su mayoría de ciudades como Riobamba 56,1%, Guayaquil 20,5% y Guaranda 6,1%; mientras que los extranjeros provienen de EE. UU. 50%, Francia con 16,80%, Canadá y Argentina con 11,10%, según se puede observar (**Tabla 11 y Gráfico 3 y 4**).

Tabla 11 - *Distribución de la demanda según la procedencia*

Procedencia (ciudad)	Nacionales		Procedencia (país)	Extranjeros	
	N	%		N	%
Riobamba	74	56,1	Francia	3	16,8
Quito	7	5,3	Alemania	1	6,0
Guayaquil	27	20,5	EE. UU.	9	50,0
Ambato	5	3,8	Canadá	2	11,1
Guaranda	8	6,1	Argentina	2	11,1
Cuenca	7	5,3	España	1	5,0
Puyo	4	3,0			
Total	**132**	**100,0**	**Total**	**18**	**100,0**

Porcentaje (%)
60.0
50.0
40.0
30.0
20.0
10.0
0.0
56.1
5.3
20.5
3.8
6.1
5.3
3.0
Riobamba
Quito
Guayaquil
Ambato
Guaranda
Cuenca
Puyo

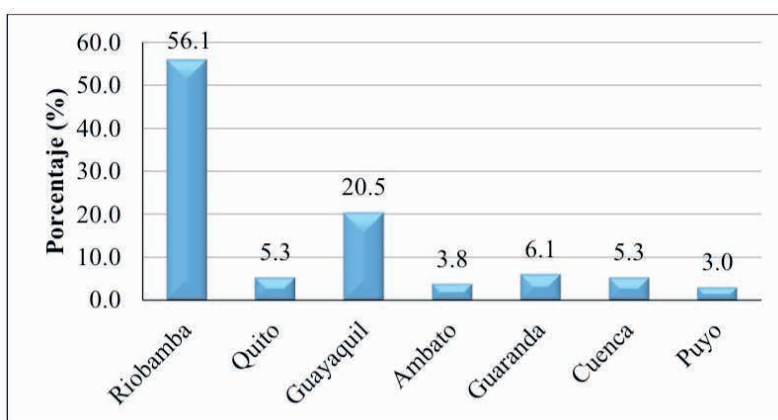



Gráfico 3. Procedencia turistas nacionales

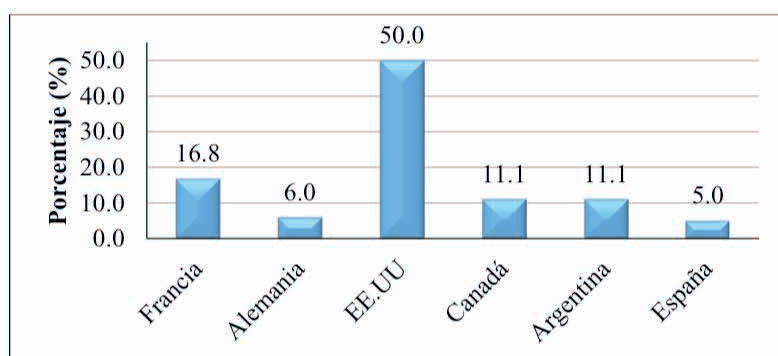



Gráfico 4. Procedencia turistas extranjeros

A. Nivel de Educación

Interpretación: la instrucción de los turistas nacionales corresponde en un 54,5% a nivel secundaria, seguidos por el 31,8% superior. Por otro lado, el nivel de los turistas extranjeros es el 58,0% superior y el 24,0% posgrado (**Tabla 12 y Gráfico 5**).

Tabla 12. *Nivel de educación*

Nivel de educación	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Primaria	12	9,1	1	4,0
Secundaria	72	54,5	3	14,0
Superior	42	31,8	10	58,0
Posgrado	6	4,5	4	24,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

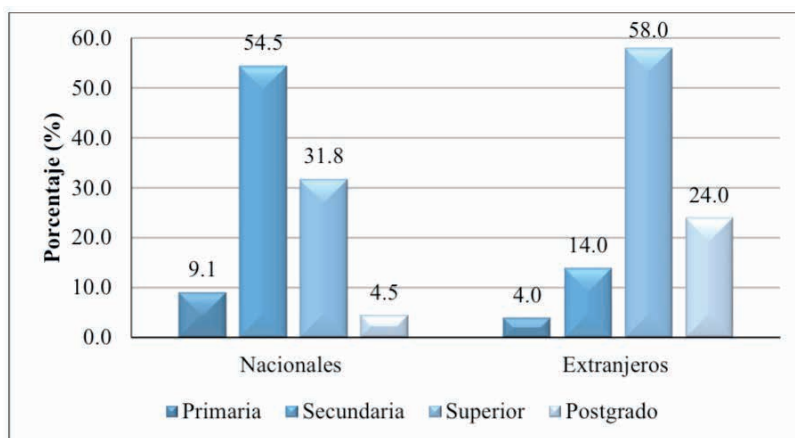



Gráfico 5. Nivel de educación

B. Motivo de Viaje

En cuanto al motivo de viaje de los turistas nacionales es el 56,8% por vacaciones, seguido por el 15,9% por negocios 12,9% por educación. Mientras tanto, los turistas extranjeros viajan por vacaciones en un 53,0%, trabajo 16,0% y negocios 14,0% (**Tabla 13 y Gráfico 6**).

Tabla 13. *Motivo de viaje*

Motivo de viaje	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Vacaciones	75	56,8	10	53,0
Negocios	21	15,9	3	14,0
Educación	17	12,9	1	8,0
Visitas a familiares y amigos	11	8,3	2	9,0
Trabajo	8	6,1	3	16,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

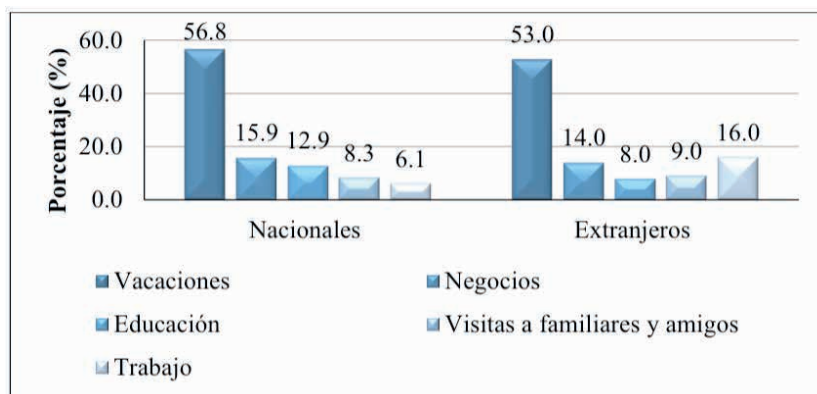



Gráfico 6. Motivo de viaje

C. Compañía de Viaje

Interpretación: la compañía de viaje de los turistas nacionales es el 61,4% en familia, 18,2% en pareja. De otra forma, los turistas extranjeros manifestaron que viajan solos en un 75,0% y 14,0% en pareja (**Tabla 14 y Gráfico 7**).

Tabla 14. *Compañía de viaje*

Compañía	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Amigos	19	14,4	1	7,0
Familia	81	61,4	1	4,0
Solo	8	6,1	14	75,0
Pareja	24	18,2	3	14,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

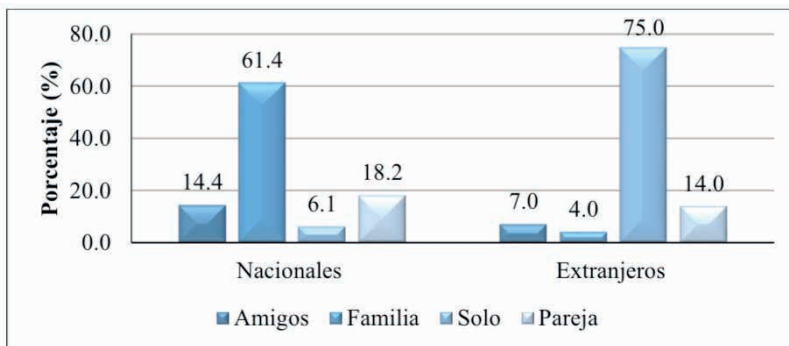



Gráfico 7. *Compañía de viaje*

D. Realización de Actividades de Turismo Comunitario en las OTC de la CORDTUCH

Se interpreta que el 97,7% de turistas nacionales y el 100.0% de turistas extranjeros presentan la predisposición de visitar las OTC de la CORDTUCH (**Tabla 15 y Gráfico 8**).

Tabla 15. *Realizar actividades de turismo comunitario*

¿Visitaría las OTC de CORDTUCH?	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Si	129	97,7	18	100,0
No	3	2,3	0	0,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

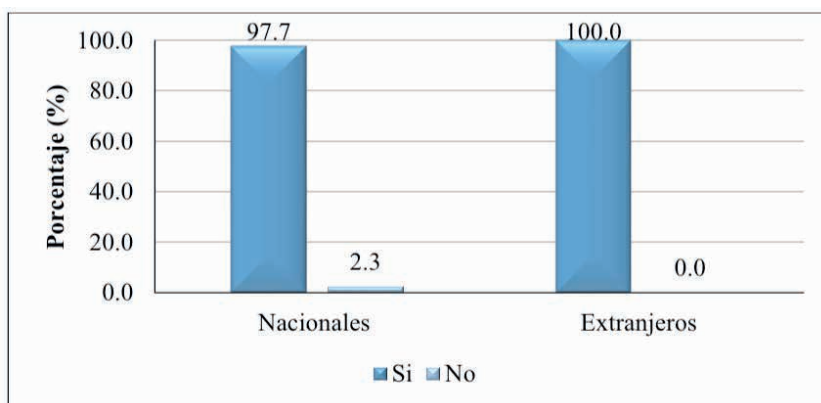



Gráfico 8. *Realizar actividades de turismo comunitario en las OTC de la CORDTUCH*

E. Actividades que les Gustaría Realizar

Entre las actividades que les gustaría realizar a los turistas nacionales se encuentran: 44,8% convivencia rural comunitaria, 13,6% caminatas y turismo de naturaleza

respectivamente, 10,6% fotografía turística, 8,3% observación de flora y fauna, 6,1% degustación de gastronomía típica y 3,0% camping. Por otro lado, los resultados de los turistas extranjeros revelan las siguientes actividades: 52,0% convivencia rural comunitaria, 16,0% caminatas, 12,0% fotografía turística, 7,0% turismo de naturaleza, 6,0% observación de flora y fauna, 4,0% camping y el 3,0% degustación de gastronomía típica (**Tabla 16 y Gráfico 9**).

Tabla 16. *Actividades que les gustaría realizar*

Actividades	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Caminatas	18	13,6	3	16,0
Convivencia rural comunitaria	59	44,8	9	52,0
Fotografía turística	14	10,6	2	12,0
Observación de flora y fauna	11	8,3	1	6,0
Degustación de gastronomía típica	8	6,1	1	3,0
Camping	4	3,0	1	4,0
Turismo de naturaleza	18	13,6	1	7,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

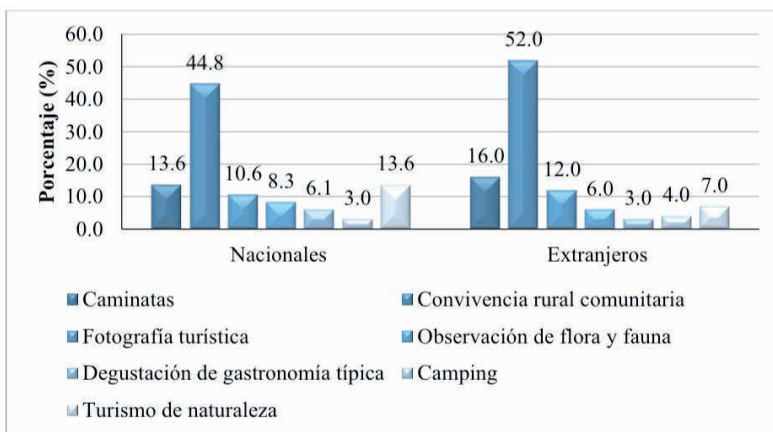



Gráfico 9. Actividades que les gustaría realizar

F. Servicios que les Gustaría Utilizar

Entre los servicios que les gustaría utilizar a los turistas nacionales se encuentran: 73,5% alimentación, 9,1% alojamiento y 8,3% transporte.

Mientras que a los turistas extranjeros les gustaría: 40,0% transporte, 30,0% alimentación y 15,0% alojamiento (**Tabla 17 y Gráfico 10**).

Tabla 17. *Servicios que les gustaría utilizar*

Servicios	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Alojamiento	12	9,1	3	15,0
Alimentación	97	73,5	5	30,0
Guianza	5	3,8	1	6,0
Transporte	11	8,3	7	40,0
Recreación y entretenimiento	7	5,3	2	9,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

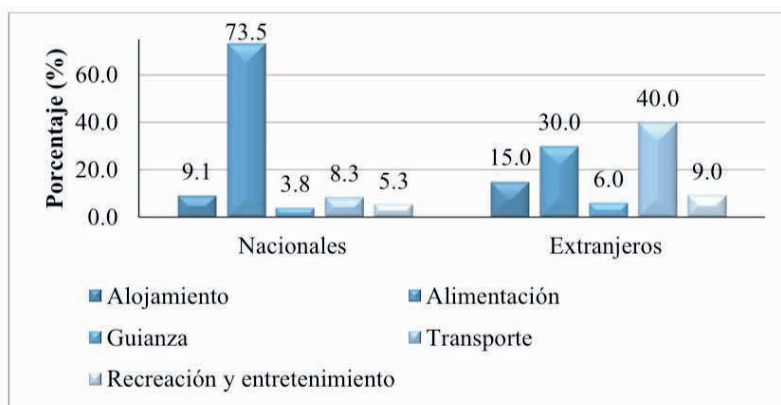



Gráfico 10. Servicios que les gustaría utilizar

G. Promedio de Estancia

En cuanto al promedio de estancia, los turistas nacionales permanecerían en un 77,3% un día. Mientras que los turistas extranjeros lo harían en un 54,0% dos días (**Tabla 18 y Gráfico 11**).

Tabla 18. *Promedio de estancia*

Estancia	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Un día	102	77,3	6	35,0
Dos días	22	16,7	10	54,0
Tres días	6	4,5	1	4,0
Más de tres días	2	1,5	1	7,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

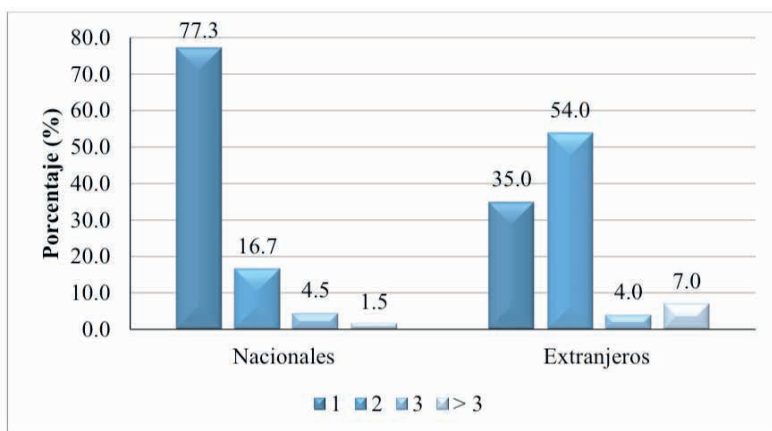



Gráfico 11. Promedio de estancia

H. Capacidad de Gasto por día

Los turistas nacionales estarían dispuestos a gastar un promedio de 20 a 50 dólares en un 87,9%. Mientras que, los turistas extranjeros en un 71,0% lo harían en promedio de 51 a 100 dólares (**Tabla 19 y Gráfico 12**).

Tabla 19. *Capacidad de gasto*

Gasto	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
De 20 a 50 dólares	116	87,9	4	24,0
De 51 a 100 dólares	12	9,1	13	71,0
Más de $100 dólares	4	3,0	1	5,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

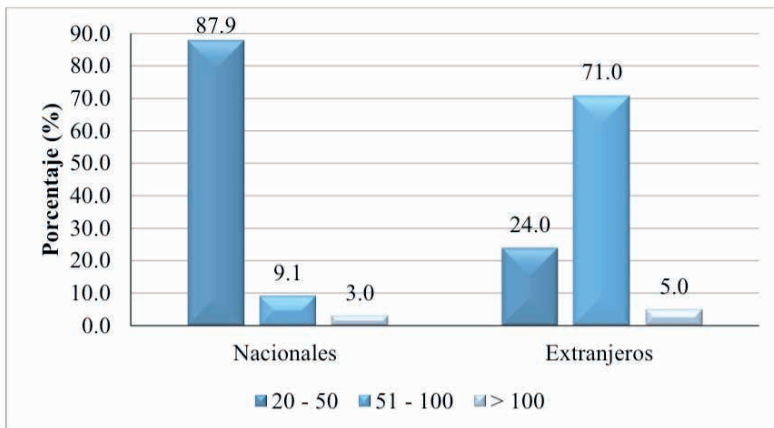



Gráfico 12. Capacidad de gasto

I. Formas en la que se Organiza su Viaje

Tanto turistas nacionales en un 98,5% y turistas extranjeros en un 83,0% su medio de viaje es sin agencia (**Tabla 20 y Gráfico 13**).

Tabla 20. *Formas en la que se organiza su viaje*

Medio de viaje	Nacionales		Extranjeros	
	N	%	N	%
Viaje organizado por agencia de viajes o tour operadora	2	1,5	3	17,0
Viaje organizado por su propia cuenta	130	98,5	15	83,0
Total	**132**	**100,0**	**18**	**100,0**

Gráfico 13. Formas en la que se organiza su viaje

5.2.3. Perfil del Turista

La Investigación luego del diagnóstico situacional, estudio de mercado, análisis situacional respectivo, logró establecer un perfil del turista que acude a las OTC de CORDTUCH, siendo que este presenta las siguientes características:

Los turistas de carácter nacional, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 20 a 30 años, con una procedencia de las ciudades de Riobamba, Guayaquil y Guaranda, con su nivel de educación secundaria, que su motivo de viaje es por vacaciones y negocios en compañía de la familia, que no presentan un conocimiento de la existencia de las OTC de la CORDTUCH, sin embargo presentan el interés por visitarlas, para realizar actividades de convivencia rural comunitaria, caminatas, turismo de naturaleza y fotografía turística, a su vez desean que existan servicios de alimentación y alojamiento, y presentan una temporada de viaje de Julio – Septiembre, su promedio de estancia sería de un día, con un gasto diario promedio de 20 a 50 dólares, su medio de viaje es sin agencia y que finalmente les gustaría informarse por medio de internet.

Por otro lado, los turistas extranjeros, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 20 a 30 años, con una procedencia de países como EE.UU., Francia, Canadá y Argentina, con su nivel de educación superior, que su motivo de viaje es por vacaciones y trabajo, que prefieren viajar solos, que no presentan un conocimiento de la existencia de las OTC de la CORDTUCH, sin embargo presentan el interés por visitarlas, para realizar actividades de convivencia rural comunitaria, caminatas, fotografía turística y turismo de naturaleza, a su vez desean que existan servicios de transporte y alimentación, y presentan una temporada de viaje de Julio – Septiembre, su promedio de estancia sería de dos días, con un gasto diario promedio de 51 a 100 dólares, su medio de viaje es sin agencia y que finalmente les gustaría informarse por medio de internet (**Tabla 21**).

Tabla 21. *Perfil del turista*

N°	Variable	Turistas			
		Nacionales	**%**	**Extranjeros**	**%**
1	**Género**	Masculino Femenino	47,0 53,0	Masculino Femenino	53,0 47,0
2	**Edad**	20 a 30 años	61,4	20 a 30 años	58,0
3	**Procedencia**	Riobamba Guayaquil Guaranda	6,1 0,5 0,1	EE. UU. Francia Canadá Argentina	50,0 16,8 11,1 11,1
4	**Nivel de educación**	Secundaria	54,5	Superior	58,0
5	**Motivo de viaje**	Vacaciones Negocios	56,8 15,9	Vacaciones Trabajo	53,0 16,0
6	**Compañía de viaje**	Familia	61,4	Solo	75,0
7	Conocimiento de las OTC	No	82,6	No	97,0
8	**Disposición a visitar las OTC**	Si	97,7	Si	100,0
9	**Actividades por realizar**	Convivencia rural comunitaria Caminatas Turismo de naturaleza Fotografía turística	44,8 13,6 13,6 10,6	Convivencia rural comunitaria Caminatas Fotografía turística Turismo de naturaleza	52,0 16,0 12,0 7,0
10	**Servicios que les gustaría utilizar**	Alimentación Alojamiento	73,5 9,1	Transporte Alimentación	40,0 30,0
11	**Temporada de viaje**	Julio – Septiembre	64,4	Julio Septiembre	65,0
12	**Promedio de estancia**	Un día	77,3	Dos días	54,0
13	**Capacidad de gasto**	20 a 50 dólares	87,9	51 a 100 dólares	71,0
14	**Medio de viaje**	Sin agencia	98,5	Sin agencia	83,0
15	**Tipo de publicidad**	Internet	86,4	Internet	82,0

5.2.4. Demanda Potencial

En el año 2021 se tiene una demanda potencial de 59.535 turistas proyectado para el 2026 a 5 años se obtuvo un total de 72.433 turistas. Sin embargo, hay que considerar que estas cifras pueden ser cambiadas en base de que la crisis causada por el covid-19 supondrá, por sus características, un antes y un después para la industria turística (**Tabla 22**).

Tabla 22. *Proyección de la demanda potencial*

Nº	Año	Demanda potencial	Turistas nacionales (88%)	Turistas extranjeros (12%)
0	2021	59535	51998	7537
1	2022	61916	54078	7838
2	2023	64393	56241	8152
3	2024	66969	58491	8478
4	2025	69647	60830	8817
5	2026	72433	63263	9170

Para la determinación de la demanda potencial se aplicó las siguientes relaciones, en función del porcentaje (%) de aceptación de visitas realizadas a las OTC de la CORDTUCH:

DP = DT * % aceptación

DP = (53,222*97,7% aceptación nacional) y (7,537*100% aceptación extranjeros)

DP = 51,998 nacionales; 7,537 extranjeros

Los potenciales clientes nacionales para la realización de actividades turísticas en las OTC de la CORDTUCH son de 53,222 turistas nacionales, considerando el porcentaje de aceptación del 97,7%. Mientras que la aceptación de los potenciales clientes extranjeros corresponde a 7,537 turistas con un porcentaje de aceptación del 100%.

Posteriormente, según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR (2021) la tasa de crecimiento anual del turismo interno es del 4% debido a la pandemia del COVID-19. Por lo tanto, para la proyección de la demanda potencial se empleó el método del incremento compuesto a través de la fórmula:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Donde:

Cn= Demanda potencial (51,998 turistas nacionales y 7,537 extranjeros)

i= Índice de crecimiento anual de turismo interno (6%)

n= Año a proyectarse (1 – 5)

6. PROPUESTA

6.1. Propuesta de Estrategias de Dinamización Mediante Programas y Proyectos, con visión sostenible para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la CORDTUCH

La presente propuesta presenta las estrategias de dinamización como un aporte desarrollo del turismo comunitario de la organización, contribuyendo a la gestión del territorio. Con ello, para establecer las estrategias de dinamización con la información recabada en el diagnóstico situacional del sector turístico y el estudio de mercado se utilizó la técnica de la observación para determinar los programas y proyectos. Y el instrumento empleado fue el registro descriptivo para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH a través del análisis FODA.

6.1.1. Análisis FODA

El análisis FODA compone una parte fundamental dentro de la planeación estratégica en puesto que permitió el desarrollo de estrategias en beneficio de la organización. Asimismo, pone de manifiesto las circunstancias cambiantes y las posibilidades de mejora o riesgos de crisis, siempre con el objetivo de responder a ellas de una manera proactiva. A continuación, se presenta el análisis cualitativo de FODA de las organizaciones comunitarias que conforman la CORDTUCH, el mismo que facilita la formulación de estrategias de dinamización para el desarrollo del turismo comunitario de la organización (**Tabla 23 y 24**).

Tabla 23. *Análisis FODA- factor interno- Fortalezas y Debilidades*

Factor interno	
Fortalezas	**Debilidades**
F1. Organizaciones convencidas de trabajar responsablemente con actividades de turismo comunitario. F2. Participación de las comunidades en las actividades de turismo comunitario con respeto y equidad. F3. Comunidades mantienen sus tradiciones, costumbres, idioma (Kichwa), vestimenta y medicina tradicional. F4. Confianza de las comunidades en la organización comunitaria CORDTUCH y en el trabajo cooperativo. F5. Las comunidades que conforman la CORDTUCH, tienen una localización estratégica por lo cual cuentan con rutas que tienen acceso hacia atractivos turísticos clave como el nevado Chimborazo y se encuentran cerca de áreas protegidas como la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque Nacional Sangay. F6. Elaboración de artesanías (gorros, bufandas, suéteres, ponchos, guantes, otros) comercializadas en la tienda de Bioproductos. F7. Comunidades poseen atractivos turísticos naturales y culturales importantes con potencial turístico para el desarrollo de la actividad turística. F8. Comunidades ofertan servicios de alimentación, hospedaje, guianza, entre otros. F9. Alianzas estrategias con la parte pública, privada y la academia. F10. La operadora Puruhá Razurku trabaja coordinadamente con otras operadoras para la venta de los productos turísticos que ofertan las comunidades. F11. Comunidades cuentan con paquetes turísticos direccionados al trekking, alta montaña, aventura, convivencia con la comunidad, cabalgata, entre otros. F12. Comunidades pertenecen a la FEPTCE a nivel nacional.	D1. Capacitación a los guías locales de las comunidades. D2. Participación de las mujeres en la ejecución de los proyectos turísticos comunitarios. D3. Falta de cobertura de internet entre comunidades. D4. No se cuenta con las facilidades eficientes a nivel tecnológico para la difusión y comercialización de productos turísticos existentes. D5. Varias comunidades tienen vías de segundo y tercer orden en mal estado, lo que no permite el óptimo ingreso de los turistas hacia los territorios. D6. Falta de facilidades turísticas (miradores, senderos, señalización) e infraestructura turística.

Tabla 24. Análisis FODA- factor externo – Oportunidades y Amenazas.

Factor externo	
Oportunidades	**Amenazas**
O1. Apoyo de la parte pública, privada y academia (Universidades: ESPOCH, UNACH, Estatal de Bolívar) para la formulación y ejecución de nuevos proyectos de carácter turístico. O2. Capacitación turística en temas de interés (como: elaboración de artesanías, atención al cliente, seguimiento de normas de bioseguridad, operación y guianza, manejo de grupos, gastronomía, administración, idiomas, manejo y conservación de atractivos naturales y culturales, salud y nutrición). O3. Financiamiento del Ministerio de Turismo para la implementación de proyectos turísticos. O4. Mejoramiento de servicios básicos y vías de acceso con la ayuda del GAD provincial, GAD cantonales y GAD parroquiales. O5. Fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos indígenas en los que se desarrolla el turismo comunitario. O6. Asistencia técnica turística de instituciones públicas y privadas. O7. Participar en eventos para promocionar y comercializar los productos turísticos ofertados en las comunidades.	A1. Pérdida de la cultura a causa de la migración de pobladores hacia las ciudades cercanas. A2. Impactos ambientales generados por las actividades turísticas. A3. Pobladores no manejan adecuadamente los desechos sólidos. A4. Inestabilidad de las condiciones climáticas de las localidades que afectan al desarrollo de las actividades productivas (agricultura, ganadería, turismo, otras). A5. Pandemia Covid-19 A6. Inestabilidad política del país

En cuanto a los factores internos (fortalezas y debilidades), son doce las fortalezas identificadas y se convierten en las capacidades y recursos con los que se cuenta para construir ventajas competitivas con la finalidad de posicionarse en el mercado turístico.

En cuanto a las debilidades detectadas, son seis las identificadas, mismas que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

Por otra parte, los factores externos (oportunidades y amenazas), son siete las oportunidades se convierten en factores que considerables para identificar las posibilidades de potenciar a las organizaciones de turismo a nivel turístico.

Mientras que son seis las amenazas que podrían ser evitadas o convertidas en una oportunidad.

El análisis FODA pasa a convertirse en una herramienta que permite diseñar la situación actual de la organización permitiendo capturar una perspectiva global de la situación estratégica.

6.2. Definición de Programas y Proyectos como Estrategia de Dinamización

Se presentan programas que agrupan proyectos relacionados como estrategias de dinamización. Estos proyectos pueden ser ejecutados de manera secuencial o paralela. Con relación al número de proyectos, el primer programa referente a los atractivos turísticos (naturales y culturales), se compone de cinco proyectos (**Tabla 25**).

Tabla 25. Programas y proyectos: Atractivos turísticos como estrategia de dinamización.

Programa	Proyectos	Presupuesto
Programa 1: Atractivos turísticos (naturales y culturales)	**Proyecto 1:** Actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de las comunidades de la CORDTUCH.	$45.000
	Proyecto 2: Formulación de un calendario cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	$20.000
	Proyecto 3: Formulación e implementación de un plan de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	$35.000
	Proyecto 4: Diseño e implementación de señalética turística en senderos y atractivos turísticos de las comunidades de la CORDTUCH.	$400.000
	Proyecto 5: Formulación e implementación de productos turísticos para las comunidades de la CORDTUCH.	$35.000

En relación con el número de proyectos, el segundo programa referente a la planta turística se compone de doce proyectos (**Tabla 26**).

Tabla 26. *Programas y proyectos: Planta turística como estrategia de dinamización*

Programa	Proyectos	Presupuesto
Programa 2: Planta turística	**Proyecto 1:** Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de legislación turística.	$4000
	Proyecto 2: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de seguimiento de normas de bioseguridad.	$4000
	Proyecto 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de atención al cliente.	$4000
	Proyecto 4: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de operación y guianza turística.	$4000
	Proyecto 5: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo de grupos.	$4000
	Proyecto 6: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de salud y nutrición.	$4000
	Proyecto 7: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de gastronomía local y nacional.	$4000
	Proyecto 8: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de administración turística.	$4000
	Proyecto 9: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de idiomas.	$4000
	Proyecto 10: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales.	$4000
	Proyecto 11: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de promoción y publicidad turística.	$4000
	Proyecto 12: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de elaboración y venta de artesanías.	$4000

Con relación al número de proyectos, el tercer programa referente a la demanda turística fortalecida se compone de cinco proyectos (**Tabla 27**).

Tabla 27. Programas y proyectos: Demanda turística fortalecida como estrategia de dinamización

Programa	Proyectos	Presupuesto
Programa 3: Demanda turística fortalecida	**Proyecto 1:** Elaboración de un estudio de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas.	$40.000
	Proyecto 2: Elaboración de plan estratégico de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario de la CORDTUCH	$35.000
	Proyecto 3: Elaboración de un plan de gestión y seguridad turística.	$25.000
	Proyecto 4: Elaboración de un plan de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas.	$30.000
	Proyecto 5: Diseño e implementación de un sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH.	$25.000

Resultando que son tres los programas establecidos como estrategias de dinamización para el turismo comunitario de la CORDTUCH:

programa 1: Atractivos turísticos (naturales y culturales),

programa 2: Planta turística, y

programa 3: Demanda turística fortalecida.

Los atractivos turísticos constituyen un reflejo de la valoración diferenciada los lugares donde existen, mismos que permiten la generación de experiencias turísticas. Debido a la importancia de los atractivos turísticos de las OTC de la CORDTUCH se ha planteado como estrategia de dinamización el programa 1, se lo puede observar en la siguiente (**Tabla 28**).

El programa 1 se encuentra conformado por cinco proyectos enfocados en el fortalecimiento de los atractivos turísticos tanto naturales como culturales. La inversión total para este programa es de $17.5000 en los próximos cinco años, siendo necesario el 24,3% para el primer año, el 35,7% para el segundo año, el 28,6% para el tercer año y el 5,7% para el cuarto y quinto año respectivamente. (**Tabla 28**)

Tabla 28. Cronograma de ejecución del programa 1: Atractivos turísticos como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	Plan Operativo Anual (cuatrimestres) Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Total
Programa 1: *Atractivos turísticos (naturales y culturales)*	**Proyecto 1:** Actualización del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de las comunidades de la CORDTUCH.	N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados	24	24	0	0	0	22500	22500				$45000
	Proyecto 2: Formulación de un calendario cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	N° de calendarios culturales formulados	0	1	0	0	0		20000				$20000
	Proyecto 3: Formulación e implementación de un plan de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural de las comunidades de la CORDTUCH.	N° de planes de revitalización para la salvaguarda del patrimonio cultural	0	0	1	0	0			35000			$35000
	Proyecto 4: Diseño e implementación de señalética turística en senderos y atractivos turísticos de las comunidades de la CORDTUCH.	N° de señalética turística diseñada e implementada	25	25	0	0	0	20000	20000				$400000
	Proyecto 5: Formulación e implementación de productos turísticos para las comunidades de la CORDTUCH.	N° de productos turísticos formulados e implementados	0	0	1	1	1			15000	10000	10000	$35000
							Subtotal	**42500**	**62500**	**50000**	**10000**	**10000**	**$175000**

La planta turística comprende las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos dentro de un territorio con potencial turístico. Debido a la importancia de la planta turística de las OTC de la CORDTUCH se ha planteado como estrategia de dinamización el programa 2 (**Tabla 29**).

El programa 2 se encuentra conformado por 12 proyectos enfocados en el fortalecimiento de la planta turística. La inversión total para este programa es de $48000 en los próximos cinco años, siendo necesario el 16,7% para el primer año, el 25% para el segundo, tercer y cuarto año respectivamente y el 8,3% para el quinto año (**Tabla 29**).

Tabla 29. Cronograma de ejecución del programa 2: Planta turística como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	Plan Operativo Anual (cuatrimestres) Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Total
Programa 2: Planta turística	**Proyecto 1:** Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de legislación turística.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de legislación turística	1	0	0	0	0	4000					$4000
	Proyecto 2: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de seguimiento de normas de bioseguridad.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de seguimiento de normas de bioseguridad	1	0	0	0	0	4000					$4000
	Proyecto 3: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de atención al cliente.	N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de atención al cliente	0	1	0	0	0		4000				$4000

<table>
<tr>
<td></td>
<td>Proyecto 4: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de operación y guianza turística.</td>
<td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de operación y guianza turística</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr></table></td>
<td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td>
<td>$4000</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Proyecto 5: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo de grupos.</td>
<td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de manejo de grupos</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr></table></td>
<td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td>
<td>$4000</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Proyecto 6: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de salud y nutrición.</td>
<td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de salud y nutrición</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></table></td>
<td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td>
<td>$4000</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td>Proyecto 7: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de gastronomía local y nacional.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de gastronomía local y nacional</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>$4000</td></tr>
<tr><td></td><td>Proyecto 8: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de administración turística.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de administración turística</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>$4000</td></tr>
<tr><td></td><td>Proyecto 9: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de idiomas.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de idiomas</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>$4000</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td>Proyecto 10: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de manejo y conservación de atractivos naturales y culturales</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td>$4000</td></tr>
<tr><td></td><td>Proyecto 11: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de promoción y publicidad turística.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de promoción y publicidad turística</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td></td><td>$4000</td></tr>
<tr><td></td><td>Proyecto 12: Capacitación a los prestadores de servicios turísticos comunitarios en temas de elaboración y venta de artesanías.</td><td><table><tr><th>Indicadores</th><th>2023</th><th>2024</th><th>2025</th><th>2026</th><th>2027</th></tr><tr><td>N° de prestadores de servicios turísticos comunitarios capacitados en temas de elaboración y venta de artesanías</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>1</td></tr></table></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>4000</td><td>$4000</td></tr>
<tr><td colspan="3">Subtotal</td><td>8000</td><td>12000</td><td>12000</td><td>12000</td><td>4000</td><td>$48000</td></tr>
</table>

La demanda turística ha permitido el crecimiento económico de los territorios, contribuyendo de esta manera a las poblaciones a obtener una remuneración por los servicios prestados, en el cual el consumidor juega un papel muy importante al ser el demandante de todos los servicios ofertados. Debido a la importancia de la demanda turística de las OTC de la CORDTUCH se ha planteado como estrategia de dinamización **el programa 3** (**Tabla 30**).

Tabla 30. Cronograma de ejecución del programa 3: Demanda turística fortalecida como estrategia de dinamización

Programas	Proyectos	Indicadores	2023	2024	2025	2026	2027	Plan Operativo Anual (cuatrimestres) Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Total
Programa 3: Demanda turística fortalecida	**Proyecto 1:** Elaboración de un estudio de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas.	N° de estudios de tendencias del turismo para diversificación de la oferta de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0		40.000				$40.000
	Proyecto 2: Elaboración de plan estratégico de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario de la CORDTUCH	N° de planes estratégicos de marketing digital elaborados	0	0	1	0	0			35.000			$35.000
	Proyecto 3: Elaboración de un plan de gestión y seguridad turística.	N° de planes de gestión y seguridad turística elaborados	1	0	0	0	0	25.000					$25.000
	Proyecto 4: Elaboración de un plan de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas.	N° de planes de contingencia ante emergencias en el desarrollo de actividades turísticas elaborados	0	1	0	0	0		30.000				$30.000
	Proyecto 5: Diseño e implementación de un sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH.	N° de sistema web para la gestión de servicios turísticos ofertados por la CORDTUCH diseñados e implementados	0	0	0	1	0				25.000		$25.000
Subtotal								**2.5000**	**70.000**	**35.000**	**25.000**		$155.000

El programa 3 se encuentra conformado por cinco proyectos enfocados en el fortalecimiento de la demanda turística. La inversión total para este programa es de $155.000 en los próximos cuatro años, siendo necesario el 16,1% para el primer año, el 45,2% para el segundo año, el 22,6% para el tercer año y el 16,1% para el cuarto año.

La ejecución de las estrategias de dinamización mediante programas y proyectos, para el desarrollo del turismo comunitario en la CORDTUCH necesita una inversión total de $378.000 en los próximos cinco años, siendo la inversión para el primer año de 20%, el segundo año del 38,2%, el tercer año del 25,7% el cuarto año del 12,4% y el quinto año del 3,7% como se señala en el (**Gráfico 14**).

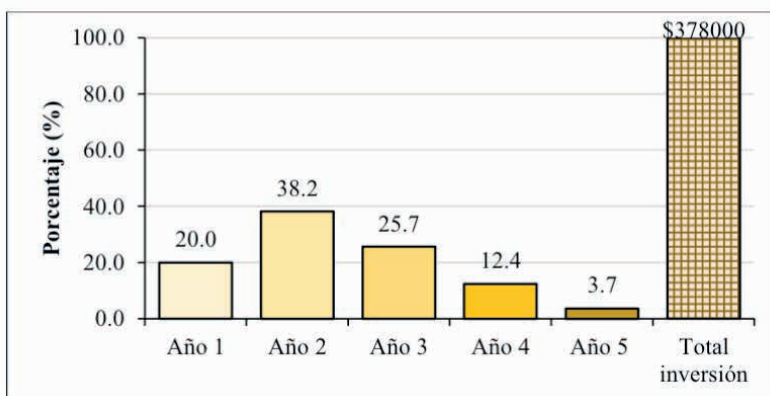



Gráfico 14. *Inversión estrategias de dinamización*

Para esta ejecución se necesitará el apoyo de varios involucrados del sector público con su soporte técnico, económico y político para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta de estrategias de dinamización para las comunidades filiales a la organización. Estos involucrados serían: el GAD provincial de Chimborazo que tiene como competencia fomentar las actividades productivas provinciales (incluyendo al turismo como actividad productiva), los GAD municipales de los cantones filiales a la CORDTUCH que tiene como una de sus competencias preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines. Los GAD parroquiales filiales a la organización haciendo alusión a su competencia de incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad, considerando como actividad productiva al turismo. Asimismo, el Ministerio de Turismo que ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar a los territorios como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible y la protección del ambiente. Por su parte, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural que

tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. El Ministerio del Ambiente que tiene como función garantizar la calidad, conservación y sostenibilidad de los recursos naturales, mediante el ejercicio efectivo de la rectoría, planificación, regulación, control, coordinación y gestión ambiental y de los recursos hídricos. También, la academia (Universidades e Institutos) que tienen como función impulsar la investigación básica y aplicada, vinculándola con las otras funciones universitarias y con los sectores productivos y sociales. Además, de promover la generación de bienes y prestación de servicios basados en el potencial científico-tecnológico.

Finalmente, es fundamental mencionar que por medio de una adecuada planificación con base en un diagnóstico de la situación actual del turismo y un estudio de mercado se estableció la propuesta con las estrategias de dinamización mediante los tres programas determinados en relación con los atractivos turísticos (naturales y culturales), planta turística, y demanda turística fortalecida. Esta propuesta está encaminada a brindar varios beneficios tanto económicos y sociales por medio de la ejecución de los 22 proyectos planteados. Sin duda la planificación de las estrategias de dinamización beneficia al crecimiento turístico y económico de las iniciativas de turismo comunitario puesto que se aprovecha el potencial de los atractivos turísticos que permiten la generación de experiencias turísticas, se fortalece la planta turística a través de la readecuación de instalaciones físicas para dar un efectivo servicio turístico a los visitantes. Al igual que la demanda turística se beneficia de los servicios turísticos fortalecidos. La implementación de la presente propuesta fortalece la gestión entre múltiples organismos y la comunidad local aprovechando la cultura como factor diferenciador. En la parte social ayuda al fortalecimiento de la identidad de los habitantes. Con ello, el desarrollo de las actividades turísticas dentro de las iniciativas de turismo comunitario de la CORDTUCH apunta a consolidarse en un marco de responsabilidad, ética y seguridad, valores que deben ser adoptados por todos los actores del sector público, privado, comunitario y los turistas. Esto con la finalidad de ver al turismo como un instrumento de apoyo para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

7. CONCLUSIONES

Al culminar la presente investigación, se tomaron en cuenta, y se presentan las siguientes conclusiones del trabajo de investigación:

- En relación con el diagnóstico situacional de las iniciativas de la CORDTUCH se presenta que la actividad turística es vista como una alternativa de desarrollo local en donde las comunidades asumen el protagonismo en la planificación turística de sus territorios, obteniendo beneficios económicos, sociales y ambientales. Esta actividad complementaria beneficia a 1349 personas directamente y 1667 personas indirectamente.
- El estudio de mercado revela que las comunidades presentan 48 atractivos turísticos entre naturales y culturales que son importantes para el desarrollo turístico de las comunidades. Dentro de los atractivos identificados se pueden realizar actividades como: caminatas, aviturismo, ecoturismo, turismo de naturaleza, interpretación de patrimonio, ambiental y cultural, turismo medicinal y convivencia comunitaria. Asimismo, el perfil del turista identifica los gustos y preferencias, sobresaliendo que el 97,7% de turistas nacionales y el 100% de extranjeros se encuentran interesados en visitar las iniciativas de turismo comunitario.
- Las estrategias establecidas para el desarrollo del turismo comunitario están conformadas por 3 programas enfocados a: atractivos turísticos, planta turística, y demanda turística. En total son 22 proyectos que abarcan los programas mencionados, acorde a las necesidades turísticas de las iniciativas de turismo de la CORDTUCH. De esta manera, para la implementación de la propuesta se necesita una inversión de $378000 para los próximos 5 años. La distribución para cada uno de los programas es: $175000 para el programa 1, $48000 para el programa 2 y $155000 para el programa 3. Finalmente, es necesario el apoyo técnico, económico y político de los involucrados de diferentes sectores para realizar una eficiente gestión de implementación de la propuesta de estrategias de dinamización para las comunidades filiales a la organización.

REFERENCIAS

Aguirre Torres, G. (2019). El turismo sostenible comunitario en Puerto el Morro: análisis de su aplicación e incidencia económica. *Universidad y Sociedad, 1*(11), 289-294. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100289&lng=es&tlng=es.

Aguirre-Gorki. (2023). DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO, SOSTENIBLE INTELIGENTE DEL ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN Y DESTINO TURÍSTICO ISLA SANTAY-ECUADOR. 208. Vila-seca, Tarragona, España: Universidad Rovira & Virgili. https://www.tesisenred.net/handle/10803/689410#page=1

Alcívar, I. (2019). El turismo comunitario como alternativa de desarrollo sostenible. Caso comunidad de Ligüiqui–Manta (Doctoral dissertation).

Alfaro, A., & Marrugo, L. (2018). Turismo sostenible. Saber, ciencia y libertad, 13(2), 163-175.

Andrade, F., Alejo, O., & Armendariz, C. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. Conrado, 14(63), 117-122.

Andrade, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, (30), 211-227.

Báez, J., & De Tudela, P. (2006). Investigación cualitativa. Esic Editorial.

Barragán, C., & González, G. (2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 15(1).

Benavides, S. (2020). El aporte del turismo a la economía costarricense: más de una década después. Economía y Sociedad, 25(57), 1-29.

Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. Revista Espacios, 39(7), 28-43.

Bryson, J., Edwards, L., & Van Slyke, D. (2018). Getting strategic about strategic planning research. Public management review, 20(3), 317-339.

Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. Siembra, 5(1), 121-131.

Camilleri, M. (2018). The tourism industry: An overview. Travel marketing, tourism economics and the airline product, 3-27.

Campoverde, D., Álvarez, J., & Zurita, I. (2019). Diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Ricaurte, Azuay. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 4(1), 376-407.

Chagoya, E. (2008). Métodos y técnicas de investigación. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.

Chkalova, O., Efremova, M., Lezhnin, V., Polukhina, A., & Sheresheva, M. (2019). Innovative mechanism for local tourism system management: a case study. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 6(4), 2052.

Cruz, E., & Velázquez, J. (2020). Las tendencias del desarrollo turístico: entre el fortalecimiento del sector privado y el desarrollo del turismo comunitario en el estado de Hidalgo. Intersticios sociales, (19), 165-189.

Enríquez, D., Carabalí, A., Males, N., & Montenegro, K. (2020). Diagnóstico situacional de las modalidades y destinos turísticos del cantón Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha. Siembra, 7(1), 80-89.

Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. Journal of Travel & Tourism Marketing, 36(9), 1061-1079.

Fernández, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario?

George, B., Walker, R., & Monster, J. (2019). Does strategic planning improve organizational performance? A meta-analysis. Public Administration Review, 79(6), 810-819.

Gkoumas, A. (2019). Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. Heliyon, 5(11), e02707.

Gómez. (2014). Preguntas abiertas en encuestas ¿cómo realizar su análisis? Comunicaciones en estadística, 7(2).

Guerrero, A., Rodríguez, J., Cabeza, M., & Moreno, F. (2020). Planificación estratégica para el desarrollo territorial de la Provincia Esmeraldas en Ecuador. Revista de ciencias sociales, 26(3), 130-147.

Kapera, I. (2018). Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. Sustainable cities and society, 40, 581-588.

Lapo, J., Quituisac, M., & Calle, D. (2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. Revista interamericana de ambiente y turismo, 15(2), 170-179.

Ledesma, M., Peñaloza, A., & Gálve, P. (2018). Turismo comunitario vs. Emprendimientos comunitarios. Revista Universidad y Sociedad, 10(1), 143-149.

Lee, T., & Jan, F. (2019). ¿Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. Tourism Management, 70, 368-380.

Lozano, R. (2020). Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores. Ecoe Ediciones.

Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. Tourism and hospitality management, 24(1), 41-62.

Marone, L., & Galetto, L. (2011). El doble papel de las hipótesis en la investigación ecológica y su relación con el método hipotético-deductivo. Ecología austral, 21(2), 201-216.

Modica, P., Capocchi, A., Foroni, I., & Zenga, M. (2018). An assessment of the implementation of the European tourism indicator system for sustainable destinations in Italy. Sustainability, 10(9), 3160.

Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.

Morales, N. (2015). Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos. Recuperado de https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria.

Mullo, E., Vera, V., & Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en ecuador: reflexiones necesarias. Revista Universidad y Sociedad, 11(2), 178-183.

Murcia, J., Piraquive, F., Viloria, L., Bello, G., Murcia, S., Neira, R., & López, G. (2019). Proyectos: formulación y criterios de evaluación. Alpha Editorial.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2007). Entender el turismo. Glosario básico. Comunicación. Recuperado de http://media.unwto.org/es/content/entender-elturismo-glosario-basico

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018). Entender el turismo: glosario básico. Recuperado de http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico

Pérez, B. (2022). Turismo sostenible, ecoturismo y la CETS: Sierra Nevada (España). HUMAN REVIEW. International Humanities Review/Revista Internacional de Humanidades, 11(Monográfico), 1-18.

Pined, A., Sojos, G., & Calle, M. (2019). Análisis del sistema turístico de la parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. Revista interamericana de ambiente y turismo, 15(2), 162-169.

Rodríguez, G., & Martínez, C. (2022). Turismo responsable: propuesta para gestionar destinos turísticos regionales en la etapa post-covid-19. Revista Universidad y Sociedad, 14(1), 128-136.

Santamarí, E., & de los Angeles, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. Revista venezolana de gerencia, 24(86), 417-434.

Sedarati, P., Santos, S., & Pintassilgo, P. (2019). System dynamics in tourism planning and development. Tourism Planning & Development, 16(3), 256-280.

Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. Tourism Planning & Development, 15(2), 188-210.

Su, Y., Li, R., Ma, H., & Huang, L. (2022). Adaptive change of institutions and dynamic governance of the tragedy of the tourism commons: Evidence from rural China. Journal of Hospitality and Tourism Management, 53, 32-49.

Urbina, E. (2020). Investigación cualitativa. Applied Sciences in Dentistry, 1(3).

Vallejo, R. (2019). Turismo en España durante el primer tercio del siglo xx: la conformación de un sistema turístico. Ayer: Revista de Historia Contemporánea, 114(2).

Vetrova, E., Kabanova, E., Nakhratova, E., Baynova, M., & Evstratova, T. (2018). Project management in the sphere of tourism (using the example of Taganrog). Academy of Strategic Management Journal, 17(3), 1-9.

Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. Journal of Destination Marketing & Management, 13, 39-50.

ANEXOS

ANEXO A: FORMULARIO DE ENTREVISTAS

El siguiente formulario para entrevista, estuvo dirigido hacia actores principales de la CORDTUCH como representantes de la organización.

Preguntas:
1. ¿Cuál es la actividad que desempeña en la CORDTUCH?
2. ¿Para usted que representa el turismo comunitario?
3. ¿Cuán importante es el turismo para las comunidades pertenecientes a la CORDTUCH?
4. ¿Qué servicios han sido los más acogidos por los turistas en el último tiempo?
5. ¿A parte de la actividad turística que desarrollan en las comunidades de la CORDTUCH, a que otras actividades económicas se dedican?
6. ¿Cuál fue la afectación que ha tenido la actividad turística para la corporación y las comunidades tras la situación mundial con respecto al COVID – 19?
7. ¿Cuáles son las medidas de bioseguridad para la reactivación de los emprendimientos desarrollados por la CORDTUCH?
8. ¿Cuál ha sido el apoyo que ha recibido por parte del gobierno o existe algún plan de reactivación turística impulsada por este?
9. ¿Cómo han actuado las comunidades frente a la pandemia y que propuestas han planteado para su reactivación?
10. ¿Cuáles son las estrategias que ha utilizado las comunidades para el impulso del turismo?

ANEXO B: FORMULARIO DE ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

La presente encuesta tiene como finalidad, obtener información sobre los gustos y preferencias turísticas de la demanda aplicada dentro del presente estudio.

Es importante recordar que la opinión emitida por su persona es relevante para la obtención de los resultados de la investigación, por lo tanto, se requiere respuestas de manera honesta.

1. Género:
a) Masculino b) Femenino
2. Edad:
a) 20 a 30 años b) 31 a 40 años c) 41 a 50 años
d) 51 a 60 años e) mayor a 60 años
3. Lugar de procedencia:
4. Nivel de educación:
a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Postgrado
5. ¿Cuál es su motivo de viaje?
a) Vacaciones b) Negocios c) Educación
d) Visitas a familiares y amigos e) Trabajo
6. ¿Cuándo usted viaje, ¿quién es su compañía?
a) Amigos b) Familia c) Solo d) Pareja
7. ¿Le gustaría realizar actividades de turismo comunitario?
a) Si b) No
8. ¿Qué actividades le gustaría realizar?
a) Caminatas b) Convivencia rural comunitaria c) Fotografía turística
d) Observación de flora y fauna e) Degustación de gastronomía típica
f) Camping g) Turismo de naturaleza
9. ¿Con cuál de los siguientes servicios turísticos le gustaría contar?
a) Alojamiento b) Alimentación c) Guianza
d) Transporte e) Recreación y entretenimiento
10. ¿Cuál es su promedio de estancia?
a) Un día b) Dos días
c) Tres días d) Más de tres días
11. ¿Cuál es su capacidad promedio de gasto diario cuando usted viaja?
a) 20 a 50 dólares b) 51 a 100 dólares c) Más de $100 dólares

12. ¿Entre las formas en la que se organiza su viaje, ¿cuál de las siguientes prefiere?
a) Viaje organizado por su propia cuenta
b) Viaje organizado por agencia de viajes o tour operadora
13. ¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse sobre actividades turísticas?
a) Internet b) Radio/TV c) Folletos/revistas d) Amigos o familiares

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

ANEXO C: ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS

The objective of this survey is to obtain information on the tourist tastes and preferences of the demand applied within the present study. It is important to remember that the opinion issued by you is relevant to obtaining the results of the investigation, therefore, honest responses are required.

1. Gender:
a) Male b) Female
2. Age:
a) 20 to 30 years b) 31 to 40 years c) 41 to 50 years
d) 51 to 60 years e) but 56 years
3. Place of origin ______________________
4. Level of education:
a) Primary b) Secondary c) Higher d) Postgraduate
5. ¿What is your reason for travel?
a) Holidays b) Business c) Education
d) Visits to family and friends e) Work
6. ¿When you travel, who is your company?
a) Friends b) Family c) Alone d) Partner
7. ¿Would you like to carry out community tourism activities?
a) Yes b) No
8. ¿What activities would you like to do?
a) Walks b) Rural community coexistence c) Tourist photography
d) Observation of flora and fauna e) Tasting of typical gastronomy
f) Camping g) nature tourism
9. ¿Which of the following tourist services would you like to have?

a) Accommodation b) Food c) Guidance
d) Transportation e) Recreation and entertainment
10. ¿What is your average stay?
a) One day b) Two days
c) Three days d) More than three days
11. ¿What is your average daily spending capacity when you travel?
a) $ 20 to $ 50 b) $ 51 to $ 100 c) More than $ 100
12. ¿Among the ways in which your trip is organized, which of the following do you prefer?
a) Organized trip on your own
b) Trip organized by travel agency or tour operator
13. ¿What means of communication do you prefer to find out about tourist activities?
a) Internet b) Radio / TV c) Brochures / magazines d) Friends or family

THANKS FOR YOUR ATTENTION!

AUTOR

GORKI DIMITROV AGUIRRE TORRES - Director del Instituto de Ciencias Políticas – Universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil-ICP-UTEG. Catedrático Universitario de Posgrado, de Grado y Educación Online. Investigador Universitario de Postgrado, avalado por SENESCYT. Doctor Ph.D. en Viajes, Turismo y Ocio. Magíster en Social Science mención en Desarrollo Comunitario. Licenciado en Ciencias de la Educación. Profesor de Educación Media. Diplomados en: - Creación y Administración Cursos Online (OEA-EE. UU.); -Formación en Tutoría Virtual 2.0 (OEA-EE. UU.); -Promotor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Honorable Senado de Argentina); -Diseño de Proyectos para la Transformación Social (Without Borders- Colombia). -Gestión de Proyectos de Desarrollo (Banco Interamericano de Desarrollo BID-EE. UU.). -Defensa Internacional de los Derechos Humanos (Universidad Zaragoza-España). Gestor Cultural Ministerio de Cultura y Patrimonio. Perito Judicial-Consejo de la Judicatura. Consultor e Interventor Comunitario. Experto en Desarrollo Sostenible; Turismo sostenible Inteligente; Responsabilidad Social Empresarial; Educación, Ciencias Políticas. Autor de proyectos relacionadas al Desarrollo sostenible, Turismo, Ciencias Sociales y Políticas, Educación, Economía y Sociología. Autor de más de 20 Libros y Artículos científicos de investigaciones nacionales e internacionales. Ponente de Investigaciones Científicas en Ecuador, Chile, Cuba, Costa Rica y Colombia. Asambleísta Constituyente de la República del Ecuador delegado a la Mesa de Recursos Naturales y Biodiversidad; Coautor de la Constitución de la República del Ecuador; Autor del Mandato Minero; Ponente fiscalizador en defensa de los bosques del Sur; Proponente del articulado constitucional de Recursos Naturales y Biodiversidad, y de Franjas Fronterizas. Asambleísta Nacional del Ecuador a la comisión Nacional de Legislación y fiscalización, comisión de Salud y Ambiente; Coautor de la ley de soberanía alimentaria. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-8812-3093

VISIÓN SOSTENIBLE COMUNITARIA PROPOSITIVA DEL TURISMO DE CHIMBORAZO:

Propuesta sostenible comunitaria, con dinamización turística para la provincia de Chimborazo

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

@atenaeditora

www.facebook.com/atenaeditora.com.br

TOMO 2

Año 2025